

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Современные коммуникации и реклама»

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Программа государственной итоговой аттестации

Составители:

д. экон. н., профессор А.Л. Абаев

к.э.н. М.Т. Гуриева

1. Общие положения

1.1. Цель государственной итоговой аттестации выпускников является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата).

1.2. Формами государственной итоговой аттестации являются:

- Государственный экзамен;
- Защита выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).

1.3. Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности:

- авторский;
- социально-просветительский;
- маркетинговый;
- организационный;
- технологический.

1.4. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы высшего образования

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции	
		государственный экзамен	защита ВКР
Универсальные компетенции (УК)			
УК-1.	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	+	+
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	+	+
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	+	+
УК-4.	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	+	+
УК-5.	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	+	+
УК-6.	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования	+	+

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции	
		государственный экзамен	защита ВКР
	в течение всей жизни		
УК-7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	
УК-8.	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	+	
УК-9.	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	+	+
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействует им в профессиональной деятельности	+	
общепрофессиональные компетенции (ОПК)			
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	+	+
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	+	+
ОПК-3.	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	+	+
ОПК-4.	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	+	+
ОПК-5.	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм	+	+

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции	
		государственный экзамен	защита ВКР
	регулирования		
ОПК-6.	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	+	+
ОПК-7.	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	+	+
Профессиональные компетенции по видам деятельности (ПК):			
<i>авторская деятельность</i>			
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	+	+
<i>маркетинговая деятельность</i>			
ПК- 2	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	+	+
<i>организационная деятельность</i>			
ПК-3	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	+	+
<i>социально-просветительская деятельность</i>			
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	+	+
<i>технологическая деятельность</i>			
ПК- 5	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	+	+

2. Программа государственного экзамена

2.1. Содержание экзамена

Основной целью Государственного экзамена является установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям Федерального государственного образовательного стандарта, а также оценка полноты освоения основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В ходе итоговой государственной аттестации студент должен показать способности и умения, опираясь на полученные знания, решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, грамотно

излагать специальную информацию, докладывать и отстаивать свою точку зрения перед аудиторией.

Выпускники должны продемонстрировать овладение в результате освоения предшествующих частей ОП следующими основными знаниями, умениями и навыками:

- понимание требований, которые предъявляются в процессе профессиональной деятельности бакалавра в области рекламы и связей с общественностью;

- владение техникой и технологиями массовых, деловых и профессиональных коммуникаций;

- готовность к различным видам профессиональной деятельности:

- маркетинговый;

- организационный;

- авторский;

- технологический;

- социально-просветительский;

- развитие представлений об основных профессиональных задачах, способах их решения, способности самостоятельного проведения научных исследований, оценки научной информации, использования научных знаний в практической деятельности;

- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию творческого потенциала.

Государственный экзамен проводится по нескольким дисциплинам и модулям образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников. В программу входят тематические разделы, отражающие важные вопросы рекламы и связей с общественностью, основные научные проблемы рекламы и связей с общественностью, включая проблемы рекламных и PR коммуникаций, основных функциональных областей коммуникационной сферы, современных концепций и инноваций, направленных на системную оптимизацию сферы рекламы и связей с общественностью.

Целью государственного междисциплинарного экзамена по программе бакалавриата «Современные коммуникации и реклама» является выявление совокупности знаний, полученных бакалаврами в процессе обучения, и их умения практически применять теоретические знания в различных областях рекламы и связей с общественностью при решении профессиональных задач.

Программой предусматриваются следующие требования к профессиональной подготовке бакалавра:

- способность самостоятельно, творчески мыслить, демонстрировать понимание сути предметов и явлений, формулировать свою позицию, точку зрения по обсуждаемым вопросам, свое мировоззрение,

- способность комплексно подходить к ответам на вопросы экзаменационного билета, демонстрируя не только глубину понимания проблемы, вопроса, но и понимание существующих межпредметных связей, возникающих в обсуждаемой предметной области,

-умение разрабатывать варианты коммуникационных решений и обосновывать их выбор, используя критерии социально-экономической эффективности.

В состав каждого экзаменационного билета входит два вопроса.

В процессе обучения и подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену должны быть сформированы следующие компетенции:

УК-1;УК-2; УК-3;УК-4;УК-5; УК-6.2;УК-7;УК-8; УК-9; УК-10.

ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7;

ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5.

2.2. Оценочные материалы для проведения государственного экзамена

2.2.1. Описание показателей, критериев и шкалы оценивания

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
(отлично)	<p>Студент показывает высокий уровень компетентности, знания материала программы, учебной, периодической и монографической литературы, раскрывает основные понятия и проводит их анализ на основании позиций различных авторов.</p> <ul style="list-style-type: none">- Студент показывает высокий уровень теоретических знаний по дисциплинам, включенным в итоговый государственный экзамен по направленности, и видит междисциплинарные связи.- Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументировано формулирует выводы.- Знает в рамках требований к специальности законодательно-нормативную и практическую базу.- На вопросы членов комиссии отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none">-Студент показывает достаточный уровень компетентности, знания лекционного материала, учебной и методической литературы.-Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса.-Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности.-Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности.-Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстративный материал при ответе допускает некоторые погрешности.

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	- Вопросы, задаваемые членами экзаменационной комиссии, не вызывают существенных затруднений.
«удовлетворительно»	-Студент показывает достаточные знания учебного и лекционного материала, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. - На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. - Студент владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. - В ответе не всегда присутствует логика, привлекаются недостаточно веские аргументы. - Затрудняется с ответами на поставленные комиссией вопросы, показывает недостаточно глубокие знания.
«неудовлетворительно»	-Студент показывает слабые знания лекционного материала, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. - Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. - Не может привести примеры из реальной практики. - Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. - Неправильно отвечает на поставленные членами комиссии вопросы или затрудняется с ответом.

2.2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

Перечень примерных практических заданий для подготовки к междисциплинарному экзамену

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции
		государственный экзамен
Универсальные компетенции (УК)		
УК-1.	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1. Стандартизованная маркетинговая информация и ее источники. 2. Выборка и целевая аудитория. Понятие репрезентативности выборки. 3. Основные методы анализа в стратегическом маркетинге 4. Маркетинговые стратегии компании в зависимости от ее места на рынке по Ф. Котлеру. 5. Виды стратегий развития фирмы при использовании интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,	1. Правоотношения в сфере рекламы. Объекты рекламы. 2. Участники правоотношений в сфере рекламы и их статус. 3. Источники правового регулирования рекламной деятельности в России 4. Запреты и ограничения рекламы отдельных

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции
		государственный экзамен
	имеющихся ресурсов и ограничений	видов товаров. 5. Полномочия Федеральной антимонопольной службы по контролю в сфере рекламы. Роль ФАС в защите прав потребителей рекламы.
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1. Факторы, влияющие на построение отделов рекламы и связей с общественностью внутри организаций. 2. Место рекламной службы в структуре фирмы. Принципы построения централизованной службы рекламодателя 3. Схема структуры рекламного отдела организации. Преимущества и недостатки рекламного отдела предприятия 4. Структуры рекламных агентств. Требования, предъявляемые к главе и персоналу рекламного агентства 5. Создание различных типов и видов рекламных агентств.
УК-4.	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	1. Лингвистические особенности речевых коммуникаций в индустрии рекламы и связей с общественностью. 2. Профессиональные стандарты коммуникации в индустрии рекламы и связей с общественностью (русский язык). 3. Профессиональные стандарты коммуникации в индустрии рекламы и связей с общественностью (английский язык). 4. Современные параметры и качества речевых коммуникаций 5. Профессиональные речевые коммуникации и их отличия от вербальных коммуникаций других областей
УК-5.	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Этические кодексы в PR и рекламе. 2. Особенности переговорного процесса с зарубежными деловыми партнерами. 3. Российский стиль ведения деловых переговоров. 4. Контекст международных переговоров (Специфика национальных деловых культур). 5. Социологические и философские подходы к пониманию функционирования и воздействия медиа
УК-6.	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	1. Тайм-менеджмент как система. 2. Методики организации и эффективного использования времени. 3. Разделение и регламентация труда; специфические проблемы организации личного труда. 4. Совершенствование индивидуального рабочего стиля, навыков и умений, методов

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции
		государственный экзамен
		организации своего труда.
УК-7.	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные требования к формированию рационального двигательного ансамбля при выполнении профессиональной деятельности 2. Факторы, показатели и динамика работоспособности 3. Влияние ЗОЖ на полноценную социальную и профессиональную деятельность
УК-8.	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Жизнеобеспечение человеческого организма в процессе трудовой деятельности 2. Эргономических мероприятия по улучшению организации рабочих мест 3. Использование положений теории утомления при проектировании трудовых процессов 4. Санитарно-гигиенические условия жизнедеятельности и работоспособности в системе «человек-машина-среда»
УК-9	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономическая динамика: экономический рост и его типы. Факторы экономического роста. Экономический рост и экономическое развитие. 5. Циклический характер экономического развития. Фазы, классификация и периодичность кризисов. Антикризисное регулирование.
УК-10	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействует им в профессиональной деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полномочия Федеральной антимонопольной службы по контролю в сфере рекламы. 2. Роль ФАС в защите прав потребителей рекламы. 3. Участники правоотношений в сфере рекламы и их статус.
общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговая информация в рекламном тексте. 2. Структура и свойства рекламного текста 3. Моделирование коммуникации: основные идеи и методические подходы. 4. Характеристика существенных признаков коммуникации как информационно-смыслового взаимодействия.

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции	
		государственный экзамен	
	знаковых систем		
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1.	Межкультурная коммуникация: идеи, понятия, возможности теоретического объяснения, прикладное значение.
		2.	Политическая коммуникация: идеи, понятия, возможности теоретического объяснения, прикладное значение.
		3.	Влияние коммуникаций на позиционирование бренда.
		4.	Методы управления коммуникациями.
		5.	Традиции нейминга и брендинга в России.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	1.	Коммуникативная природа литературы.
		2.	Коммуникативные стратегии художественного письма: референтные компетенции дискурса, креативные компетенции дискурса, рецептивные компетенции дискурса.
		3.	Парадигмы художественности: рефлексивный традиционализм, креативизм, модернизм.
		4.	Литературная коммуникация. Коммуникативные практики в литературе.
		5.	Реализация в литературе внутриличностной, межличностной, групповой и массовой коммуникаций.
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1.	Особенности политического и государственного PR.
		2.	Методы исследования коммуникативного пространства
		3.	Определение проблем связей с общественностью: формулировка проблемы и анализ ситуации.
		4.	Планирование кампании по связям с общественностью: основные этапы.
		5.	Определение и формулировка целей кампании по связям с общественностью.
		6.	Новейшие подходы к социальной задаче public relations в современном обществе.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	1.	Компоненты макроокружения (экономическая, правового регулирования, политическая, социальная, технологическая). Взаимовлияние составляющих макроокружения.
		2.	Схема проведения стратегического анализа рыночной ситуации. Сила конкурентной борьбы внутри отрасли
		3.	Характеристика трех основных областей выработки стратегии поведения фирмы на рынке. Базисные стратегии.

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции
		государственный экзамен
	правовых и этических норм регулирования	4. Характерные тенденции (тренды) изменения состояния отдельных факторов внешней среды.
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные направления программы «Цифровая экономика РФ». 2. Место и роль цифровых технологий и систем в современной PR индустрии 3. Использование сети Интернет для создания и реализации рекламных и PR продуктов. 4. Облачные технологии в процессе создания рекламных и PR продуктов.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Распознавание кризисного состояния организации как задача принятия решения в условиях с риском. 2. Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование. 3. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR. 4. Использование пресс-релизов в антикризисных коммуникациях. 5. Понятие социальности в социальных медиа, и практики в сообществах практики.
Профессиональные компетенции по видам деятельности (ПК):		
авторская деятельность		
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<ol style="list-style-type: none"> 1. СМИ как инструмент формирования общественного мнения 2. Современное понятие медиа, медиасферы, и медиареальности. 3. Стратегическое видение объекта маркетинга события 4. Характеристики и тенденции сегментов рынка событий.
маркетинговая деятельность		
ПК-2	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<ol style="list-style-type: none"> 1. PR в системе маркетинговых коммуникаций (взаимодействие PR и рекламы) 2. Место коммуникаций в системе маркетинга. 3. Процесс маркетинговых коммуникаций. 4. Функции и процесс маркетинговых коммуникаций.
организационная деятельность		
ПК-3	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация и проведение мероприятий PR 2. Рекламные кампании, цели, виды, особенности проведения. 3. Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в выставочной деятельности. 4. Планирование и организация кампаний по стимулированию

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции
		государственный экзамен
<i>социально-просветительская деятельность</i>		
ПК-4	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Имиджевые ожидания – понятие, распределения в зависимости от контактных групп. 2. Основные функции фирменного стиля: имиджевая, идентификационная, корпоративная (проиллюстрировать примерами) 3. Каналы распространения фирменной стилистики организации. 4. Взаимодействие PR и рекламы в процессе формирования корпоративного имиджа.
<i>технологическая деятельность</i>		
ПК-5	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сайт как носитель фирменного стиля и корпоративной культуры современной организации. 2. Направления и виды интернет-брендинга 3. Брендбук – необходимый компонент фирменного стиля. 4. Этапы разработки контентной стратегии в социальных сетях 5. Типология социальных медиа и ее значение для современных интернет-коммуникаций.

2.2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Государственный экзамен.

Экзамен проводится публично в установленное время на заседании государственной экзаменационной комиссии. К сдаче государственных экзаменов допускаются студенты, выполнившие полностью учебный план. Форма проведения экзамена: устно. Процедура экзамена предполагает несколько этапов:

- выбор билета в присутствии членов ГЭК с записью вопросов билета в протоколе заседания комиссии;
- подготовка к ответу в течение 40 минут;
- устный ответ по вопросам, содержащимся в билетах;
- дополнительные вопросы членов ГЭК;
- ответы студента на заданные членами комиссии вопросы;
- процедура экзамена заканчивается закрытым обсуждением членами ГЭК прозвучавших ответов и объявлением оценок Председателем ГЭК.

Государственный экзамен проводится по программе, содержащей перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен, и рекомендаций обучающимся по подготовке к государственному экзамену, в том числе перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену. Каждый билет содержит по два теоретических вопроса из разных профильных разделов. Перед государственным экзаменом проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена (далее – предэкзаменационная консультация).

Во время экзамена студенты допускаются в аудиторию, отведенную для экзамена, в количестве не более 7 человек одновременно.

Студент должен представиться членам государственной экзаменационной комиссии и, взяв билет, четко назвать его номер, про себя прочитать вопросы билета. В случае необходимости уточнить содержание вопросов билета у членов комиссии.

После этого студенту выдаются проштампованные листы бумаги (пользоваться своей бумагой запрещается). На подготовку к ответам на все вопросы билета выделяется 40 минут.

Для ответа на вопросы билета каждому студенту предоставляется не более 10 минут. После окончания ответа на вопросы билета члены государственной экзаменационной комиссии могут задать студенту вопросы в порядке уточнения отдельных моментов по вопросам, содержащимся в билете. По решению председателя государственной экзаменационной комиссии уточняющие вопросы могут задаваться и сразу после ответа студента по каждому вопросу билета. Если студент затрудняется ответить на уточняющие по билету вопросы, члены комиссии могут задавать дополнительные вопросы в рамках программы государственного междисциплинарного экзамена.

Ответы студентов оцениваются каждым членом комиссии, а итоговая оценка по пятибалльной системе выставляется в результате закрытого обсуждения и простого голосования. Если мнения членов комиссии по оценке знаний студента разделяются, то решающим голосом обладает председатель государственной экзаменационной комиссии по приему итогового государственного экзамена. Результаты экзамена объявляются в день его проведения после оформления протокола заседания государственной аттестационной комиссии.

Государственная экзаменационная комиссия.

Для проведения государственного экзамена создается государственная экзаменационная комиссия по приему государственного экзамена.

Председатель государственной экзаменационной комиссии утверждается из числа лиц, не работающих в РГГУ, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора, либо являющихся ведущими специалистами - представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности.

В состав государственной экзаменационной комиссии входят председатель указанной комиссии и не менее 4 членов комиссии. Члены государственной экзаменационной комиссии являются ведущими специалистами - представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности и (или) лицами, которые относятся к профессорско-преподавательскому составу РГГУ (иных организаций) и/или научными работниками РГГУ и/или иных организаций, имеющими ученое звание и/или ученую степень. Доля лиц, являющихся ведущими специалистами - представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (включая председателя государственной экзаменационной комиссии), в общем числе лиц, входящих в состав государственной экзаменационной комиссии, должна составлять не менее 50 процентов.

На период проведения государственной итоговой аттестации для обеспечения работы государственной экзаменационной комиссии из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу университета, научных работников или административных работников РГГУ, приказом ректора по представлению деканов факультетов/ директоров учебных центров назначается ее секретарь. Секретарь государственной экзаменационной комиссии не является ее членом. Секретарь государственной экзаменационной комиссии ведет протоколы ее заседаний, представляет необходимые материалы в апелляционную комиссию.

Апелляционная комиссия

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию. Правила формирования апелляционной комиссии, порядок обращения обучающихся и рассмотрения их апелляций, а также другие вопросы, относящиеся к деятельности апелляционной комиссии, указаны в Положении о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.

2.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена

Основная литература:

1. Архангельская, И. Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И.Б. Архангельская, Л.Г. Мезина, А.С. Архангельская. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 171 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/5722>. - ISBN 978-5-369-01485-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856787>
2. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 192 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1038937>
3. Балашов, А. П. Теория менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 352 с. - ISBN 978-5-9558-0307-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/931131>
4. Басовский, Л. Е. Современный стратегический анализ : учебник / Л.Е. Басовский. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 256 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-005655-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1257970>
5. 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>
6. Бережная, Е. В. Методы и модели принятия управленческих решений : учебное пособие / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 384 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс].— (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/975. - ISBN 978-5-16-006914-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1905116>
7. *Вирен, Г.* Современные медиа: приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038950>
8. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836393>
9. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. - 3-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 278 с. - ISBN 978-5-394-03902-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093501>
10. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: Учеб. пособие для вузов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 622 с. - ISBN 978-5-238-00465-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028609>

11. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей : учеб. пособие / Л.С. Драганчук. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018917-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2079164>
12. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433657>
13. Забурдаева, Е.В. Политическая кампания: стратегии и технологии: учебник / Е.В. Забурдаева. — Москва: Аспект Пресс, 2017. — 343 с. - ISBN 978-5-7567-0647-5. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038294>
14. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038972>
15. Когнитивные механизмы невербальной коммуникации: монография / отв. ред. В. В. Барабанщиков. - Москва: Когито-Центр, 2017. - 359 с. - ISBN 978-5-89353-510-5. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1070887>
16. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 589 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-014784-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1912407>
17. Маршев, В. И. История управленческой мысли / Маршев В.И. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2005. - 730 с.: ISBN 5-16-002015-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/534265>
18. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01236-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856734>
19. Музыкант, В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2022. — 216 с. — (Высшее образование: Азбука рекламы). — DOI: www.dx.doi.org/10.12737/8184. - ISBN 978-5-369-01121-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843640>
20. Поведение потребителей : учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. - 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1853536>
21. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурса-анализа: Монография / Детинко Ю.И., Куликова Л.В. - Краснояр. СФУ, 2017. - 168 с.- Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/966996>
22. Текст и коммуникация (философские размышления): монография / Л.Т. Рыскельдиева, Ю.М. Коротченко, О.А. Шапиро, О.В. Зарапин. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. — 179 с. — (Научная книга). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/908035>
23. Теория и практика социальных коммуникаций / Козловская С.Н., - 2-е изд., сокр. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016 - 98 с. — Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/548840>
24. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник / Б. Е. Токарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 512 с. - ISBN

- 978-5-9776-0175-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818642>
25. Ценообразование : учебник / под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>
 26. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд ; пред. и пер. с англ. Б.Л. Ерёмина. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039965>
 27. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904453>
 28. Шунейко, А.А. Теория и практика эффективной коммуникации: учеб. пособие / А.А. Шунейко, И.А. Авдеенко. — Москва : ФЛИНТА, 2015 — 360 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1036981>

Дополнительная литература:

1. Гаспарович, Е. О. Корпоративная культура и социальная ответственность: диагностика, планирование, развитие. В двух частях. Часть 1 : учебно-методическое пособие / Е. О. Гаспарович ; науч. ред. О. В. Охотников ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. - Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2019. - 332 с. - ISBN 978-5-7996-2670-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1946375>
2. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 248 с. - ISBN 978-5-394-05430-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082986>
3. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>
4. Колесников, А. В. Корпоративная культура: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесников. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 167 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433846>
5. Коротец, И. Д. Политическая риторика: учебник / И. Д. Коротец; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2017. — 202 с. - ISBN 978-5-9275-2412-9. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1020575>
6. Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учебное пособие / Лашко С.И., Сапрыкина В.Ю. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 171 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/560458>
7. Персикова, Т. Н. Корпоративная культура : учебник / Т. Н. Персикова. - Москва : Логос, 2020. - 288 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-

- 5-98704-467-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1212400>
8. Политическая реклама. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Связи с общественностью" / Кузнецов П.А. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01830-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/881948>
 9. Политический текст: психолингвист. анализ воздействия на электорат: Моногр. / Е.А.Репина; Предисл. В.А.Шкуратова; Под ред. В.П.Белянина - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 90 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль; Лингвист.). (о) ISBN 978-5-16-005215-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/484737>
 10. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/634963>
 11. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442202>
 12. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438089>
 13. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039446>
 14. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438737>
 15. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425190>
 16. Текст в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) "Реклама" / Бернадская Ю.С. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Азбука рекламы) ISBN 978-5-238-01382-4
 17. Ученова, В. В. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1025592>
 18. Ушанов, П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations: учеб. пособие / П.В. Ушанов. — 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1034605>
 19. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 263 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432040>

20. *Хорольский, В.В.* Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2015. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1036965>
21. *Чумиков, А.Н.* Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0819-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1039478>

3. Рекомендации по подготовке и оформлению ВКР

Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа) представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме, устанавливаемой ОП ВО в соответствии с требованиями образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки.

3.1. Общие требования к содержанию и оформлению ВКР

Цель написания ВКР - оценить степень освоения универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, заявленных в ФГОС, необходимых при выполнении задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский; маркетинговый; организационный; социально – просветительский; технологический.

ВКР должна соответствовать нормативам, заложенным в следующих документах:

ГОСТ 7.32-2017 Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления.

ГОСТ 7.80–2000. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления.

ГОСТ Р 7.0.12-2011 Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

ГОСТ Р 7.0.5–2008 Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

Структура, объем и содержание выпускной квалификационной работы.

Работа состоит из следующих структурных элементов:

- а)** титульный лист;
- б)** содержание;
- в)** текст ВКР : 1) введение, 2) основная часть (состоит из 3-х глав), 3) заключение;
- г)** список источников и литературы;
- з)** приложения*.

* Приложения не являются обязательными элементами структуры ВКР.

Работа должна быть выполнена печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги одного сорта формата А4 (210x297 мм) через *полтора интервала* и размером шрифта Times New Roman 14

пунктов. В работе не допускается использование шрифта разных гарнитур. Выпускная квалификационная работа должна содержать не менее 70 страниц (ориентировочно 70-90 стр.) машинописного текста (без учета приложений).

Оформление текста ВКР

Страницы работы должны иметь следующие поля: левое - 30 мм, правое - 10 мм, верхнее - 20 мм, нижнее - 20 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и равен 12,5 мм. Выравнивание по ширине набора.

Все страницы работы, включая иллюстрации и приложения, нумеруются по порядку без пропусков и повторений.

Первой страницей считается титульный лист, на котором нумерация страниц не ставится, на следующей странице ставится цифра "2" и т.д. Порядковый номер страницы печатают в центре верхней части страницы без точки.

Все структурные элементы начинаются с новой страницы и имеют соответствующий заголовок (параграф отдельной структурной единицей **не** является). Заголовки располагаются посередине страницы и указываются прописными буквами без кавычек и точки в конце, выделяются полужирным шрифтом. Переносить слова в заголовке не допускается. Заголовки оглавления должны точно повторять заголовки в тексте.

Разделы и подразделы следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзацного отступа.

Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений.

Пример – 1, 2, 3 и т.д.

Номер подраздела включает номер раздела и порядковый номер подраздела, разделенные точкой.

Пример – 1.1, 1.2, 1.3 и т.д.

Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов.

Заголовки разделов, подразделов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Титульный лист оформляется в соответствии с требованиями и обязательно содержит ФИО студента, тему ВКР, направление подготовки, название программы, ФИО, ученую степень и звание научного руководителя. Пример оформления титульного листа ВКР см. Приложение. Тема ВКР на титульном листе должна полностью совпадать с темой, утвержденной приказом РГГУ.

Содержание. Первый после титульного лист раскрывает структуру работы, на нем последовательно перечисляются все структурные части работы и указываются **их страницы**. Этот лист называется Содержанием, а разделы указаны только номером, и названием (пункт и подпункт). Структурные элементы: Введение, Названия Глав, Заключение, Список источников и литературы и т.д. оформляются единым шрифтом (можно заглавными буквами).

В работе используется только научный стиль русского языка. Профессиональные жаргонизмы, при необходимости их использования, требуют раскрытия понятия.

Введение ВКР включает в себя следующие обязательные основные структурные элементы:

- актуальность темы исследования;
- степень ее разработанности;
- объект, предмет, цели и задачи;
- методологию и методы исследования;
- научную новизну, (теоретическую) и практическую значимость работы;
- степень достоверности и апробацию результатов (выступление на конференциях и публикации по теме работы).

Название каждой структурной единицы *выделяется курсивом* в тексте Введения.

Основной текст должен быть разделен на главы и параграфы или разделы и подразделы (пункты-подпункты), которые имеют название и нумерацию арабскими цифрами. Переносить слова в заголовке не допускается. Заголовки отделяют от текста сверху и снизу тремя интервалами.

Каждая глава обязательно заканчивается выводом. Указывается фраза «Вывод по главе №...» с необходимым текстом, объемом в 0.5-1 стр. Фраза «Выводы по главе №...» в Содержании работы не указывается.

Таблицы являются одним из способов оформления текста работы. Название таблицы размещается справа над ней без абзацного отступа, в одной строке с ее номером через точку (14 шрифтом), нумерация сквозная.

Внутри таблицы используется 12 шрифт, интервал 1,0. Таблица занимает место от левого до правого поля страницы. На все таблицы должны быть приведены ссылки в тексте работы. При ссылке следует писать (см. Таблицу №) с указанием ее номера. Таблица размером более 1 страницы выносится в Приложение.

Иллюстративный материал может быть представлен рисунками, фотографиями, картами, нотами, графиками, чертежами, схемами, диаграммами и другим подобным материалом. Иллюстрации, используемые в ВКР, размещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на них, или на следующей странице, а при необходимости - в Приложении к работе. Иллюстрации нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах главы (раздела). На все иллюстрации должны быть приведены ссылки в тексте диссертации.

При ссылке на иллюстрацию следует писать слово "Рисунок" с указанием его номера. Иллюстративный материал оформляют в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105. (межгосударственный стандарт). Размер иллюстрации не должен быть больше одной трети (1/3) страницы. Оформление подписей к рисункам включает полное наименование с заглавной буквы «Рисунок», его порядковый номер и название изображенного объекта. Подпись обязательно размещается под рисунком, на одной странице с ним. Размер шрифта подписей рисунков 14 пт.

Все таблицы и рисунки должны иметь ссылку на источник (если таблица или рисунок выполнены автором ВКР самостоятельно, то следует указать: «составлено/выполнено автором на основе...» или «составлено/выполнено автором»). Сноска на источник оформляется в виде *Примечания под таблицей. (см. Приложение)

Буквы греческого алфавита, формулы, отдельные условные знаки допускается вписывать от руки черной пастой или черной тушью.

В работе соблюдается принцип единообразия в оформлении. Нельзя использовать декоративные элементы Word (стрелки, звездочки), в том числе при перечислении.

Библиографические ссылки в тексте диссертации оформляют только подстрочными, вынесенными из текста вниз полосы документа (в сноску). Примеры оформления см. ниже в Методических рекомендациях по написанию работы. Сноски нумеруются последовательно (сквозная нумерация по всему тексту). Использовать для описания источника шрифт 10.

Внутри Основного текста НЕ допускаются нарушение интервалов, дополнительные интервалы до или после абзацев, дополнительные выделения, необоснованное дробление текста на подразделы. Перечисление должно заканчиваться авторским текстом. Раздел работы НЕ может начинаться и заканчиваться цитатой, иллюстрацией или таблицей.

Заключение – в этом разделе обобщаются достигнутые результаты, делается вывод о выполнении поставленных задач и достижении цели, формулируются практические результаты, указываются перспективы развития данного исследования.

Список источников и литературы должен состоять более чем из 40 источников. Из них 70% должны быть не старше 5 лет. Также желательно наличие не менее чем 5 источников на иностранных языках. Рекомендовано использование публикаций ППС кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы РГГУ (не менее 3).

Описание источника делается в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008. Все источники нумеруются в сквозном порядке.

При написании работы автор обязан давать ссылки на нормативные документы и литературные источники, откуда он заимствует материал или отдельные результаты. Библиографические ссылки употребляют:

- при цитировании (прямом и косвенном);
- при заимствовании положений, формул, таблиц, иллюстраций;
- при анализе в тексте опубликованных работ.

Цитирование в тексте ВКР, с целью его корректного определения при проверке в системе «Антиплагиат», оформляется следующим образом:

Вариант 1: перед цитатой указано полное имя автора цитаты, либо фамилия и инициалы, а также слово, обозначающее высказывание (говорит, пишет, утверждает и т.д.), например: И.В. Курчатов говорил: "Жизнь человека не вечна, но наука и знания переступают пороги столетий."

Вариант 2: после цитаты указана ссылка на источник в верхнем индексе, например:

"Суть парадокса состоит в том, что система образования в идеале ориентирована на формирование когнитивной компетенции развивающейся личности, но именно система образования становится инкубатором интеллектуально пассивных личностей" 1.

Список источников и литературы – этот раздел имеет собственную иерархическую структуру, в соответствии со значимостью документов. Внутри каждого подраздела описания источников располагаются в алфавитном порядке (см. Приложение).

В *список источников и литературы* (далее – список) включаются все упомянутые и процитированные в тексте работы источники, литературу, справочные материалы и документы.

Структура списка:

- 1) Источники (законодательные материалы, делопроизводственные документы, статистические источники, источники личного происхождения (мемуары, дневники, переписка), стандарты, правила, инструкции, архивные документы).
 - Опубликованные (документы, предназначенные для широкого распространения, прошедшие редакционную обработку и изданные в большом количестве экземпляров)
 - Неопубликованные (документы, предназначенные для узкого круга пользователей, не прошедшие редакционную обработку и существующие в ограниченном количестве экземпляров)
- 2) Литература (монографии, сборники, учебники, учебные пособия, статьи из сборников и периодических изданий, рецензии, авторефераты, диссертации, в том числе на электронных носителях, словари).
- 3) Ресурсы Интернет (сайты, порталы).

Приложения (в случае необходимости) содержат не вошедшие в основной текст ВКР материалы. В приложениях могут быть приведены отдельные рисунки и таблицы, а также документы, проекты документов, рабочие расшифровки интервью, протоколы наблюдений, переводы и прочие материалы, наличие которых обусловлено необходимостью согласно теме ВКР. Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием вверху листа слова «Приложение» и номера приложения, и иметь тематический заголовок. Допускается использование приложений нестандартного размера, которые в сложенном виде соответствуют формату А4.

Содержание основной части ВКР.

Введение

Введение отражает основные характеристики исследования: его актуальность; объект и предмет исследования; его цель, задачи и гипотезу; степень изученности и источники, на основании которых пишется работа, используемые теоретические и эмпирические методы; научную новизну и практическую значимость, апробацию исследования, перспективы развития исследования.

Актуальность базируется на определенной проблеме исследования. Актуальность объясняет, зачем исследование вообще было проведено, какую проблему данное исследование способно решить.

Проблема есть осознание какого-то противоречия (например, между наличными условиями анализируемой ситуации и предъявляемыми к ней требованиями, между различными точками зрения на изучаемое явление или процесс, наконец, это может быть диалектическое противоречие в самой природе явления или объекта). Проблема часто опирается на динамику или тенденции развития факта действительности (процессе, технологии, отрасли) и отсутствие научного знания факторов, закономерностей, механизмов, с ним связанных.

Актуальность может быть *теоретической*, т.е. обнаруженная проблема находится на переднем крае науки, разрабатывается современными учеными и т.п., или *практической*, т.е. вытекающей из злободневных запросов практики в той области общественной и профессиональной деятельности, где проводится исследование. Основными аспектами актуальности исследования в области коммуникаций могут быть:

- необходимость дополнения теоретических построений, относящихся к изучаемому явлению;
- потребность в новых фактах, которые позволят расширить теорию и сферу ее применения;
- потребность в более эффективных исследовательских методах, способных обеспечить получение новых данных;
- потребность в разработке и реализации определенного креативного решения или проекта;
- потребность в разработке практических рекомендаций или в решении практических проблем в данной сфере на основе использования разноаспектных знаний.

Логическая последовательность обоснования актуальности следующая: описание существующего положения (явления), определение некоторого противоречия между имеющейся ситуацией и идеалом, между знаниями в данной области, затем формулируется проблема исследования, можно показать перспективы ее развития, что будет, если проблема не будет изучена и решена.

Степень разработанности или изученности темы в трудах отечественных и зарубежных специалистов можно представить в виде краткого обзора литературы. Здесь перечисляются основные работы или концепции и их авторы, которые стали основой данной работы и отдельные материалы, которые используются в данной

работе, в том числе статистические данные или результаты первичных и вторичных исследований.

Объект исследования — это фрагмент, часть реальности, на которую направлен научный поиск, это факт объективной реальности.

Предмет исследования — сторона или аспект объекта, который непосредственно изучается, «высвечивается» в объекте, как правило, через призму проблемы. Предмет непосредственно связан с исследуемой практической ситуацией.

Правила описания области исследования всегда следует принципу «от общего к частному», то есть сначала указывают объект, а потом предмет.

Цель исследования — ожидаемый результат работы, который позволит разрешить обозначенную проблему для указанной практической ситуации, ориентирована на предмет исследования. Начинается, как правило, словами «сформировать», «разработать», «создать» и т.п.

Целевая организация любой деятельности, в том числе научно-исследовательской, предполагает выработку определенной последовательности действий — шагов для достижения поставленной цели, каждый из которых имеет свою собственную цель, или «подцель», по отношению к общей цели исследования. Другими словами, цель исследования должна быть конкретизирована в *задачах*, обеспечивающих достижение поставленной цели. Как правило, формулируется не более 5-7 задач исследования, которые обосновывают наличие в содержании работы определенных параграфов (подпунктов).

Среди задач исследования должны быть как те, которые обеспечат нахождение новых фактов, так и те, которые помогут включить их в систему имеющихся знаний и понятий по вопросам управления или технологий сфере маркетинга:

определение характеристик изучаемого явления;

выявление взаимосвязи явлений, обоснование причин и следствий;

оптимизация каких-то решений или процессов;

раскрытие свойства нового феномена, эффекта;

открытие новой (другой) природы явления;

создание классификации, типологии;

оценка эффективности проведенных кампаний или мероприятий;

доказательство (оценка) эффективности разработанного решения или предложения;

обоснование каких-то действий.

Каждая задача обосновывает наличие параграфа работы. При формулировке задач необходимо использовать глаголы, которые показывают планируемый результат данного материала, что помогает делать выводы после глав.

Методы исследования

Методы разделяются на общелогические методы научного познания - это методы применяемые одновременно на теоретическом и эмпирическом уровне (анализ и синтез, индукция и дедукция, моделирование, классифицирование, сравнение, аналогия) и общетеоретические – идеализация, формализация, аксиоматизация, а также гипотетический, абстрагирование, обобщение, восхождение от абстрактного к конкретному, исторический, метод системного анализа. В работе часто указывают просто общетеоретические методы сбора информации: анализ источников, обобщение, сопоставление и т.д.

Выделяют частно-научные или специальные методы, принятые в отдельных науках:

история – историографический или хронологический метод;

менеджмент: структурно-функциональный анализ, системный анализ, SWOT анализ;

экономика: документальный метод, сопоставительный анализ, табличный метод, PEST анализ, статистический метод, анализ конкурентных сил М. Портера, анализ конкурентов по Ф. Котлеру, по Ж.Ж. Ламбену;

культурология – сравнительно-исторический, семиотический, биографический и т.д.

лингвистика – морфологический анализ, дистрибутивный анализ.

К эмпирическим методам сбора информации относят наблюдение, опрос, интервью, экспертные заключения, эксперимент, анализ продуктов интеллектуальной деятельности, в том числе документов (например, контент-анализ), и т.д. Дается краткое описание метода, при опросе – выборки респондентов (принцип выборки и их количество).

Систему повторяющихся, более или менее стандартизированных приемов собирания, обработки и обобщения фактов тоже нередко называют методом, удобнее ее называть термином «методика». Обоснованный выбор методов опирается, прежде всего, на понимание специфики объекта, предмета и цели исследования, а вот уже конкретные приемы и техники («методики») определяются поставленными задачами и условиями проведения исследования. Обоснование выбора методов эмпирического исследования (конкретные цели и задачи, характеристика методики) приводится в программе исследования во второй или третьей главе работы.

Практическая значимость исследования связана с той конкретной, осязаемой пользой, которую могут принести его результаты, помочь кому-либо в его практической деятельности.

Степень достоверности и апробация результатов – здесь указывается, на каких научных мероприятиях обсуждались выводы данной работы или в каких изданиях были опубликованы результаты исследования, с библиографическим описанием данных материалов. Можно внести информацию о сделанном внедрении с указанием документа (отзыва или акта о внедрении, полученного на базе практики). Таким образом, подтверждается ценность полученных результатов.

Объем введения: 3-4 страницы.

В основной части работы всесторонне и глубоко анализируются все подлежащие изучению проблемы, последовательно и с исчерпывающей полнотой раскрывается заявленная тема. Названия отдельных глав должны быть сопряжены с темой работы, а названия параграфов согласовываются с названиями соответствующих глав (**но не совпадают с ними!**). Главы выпускной квалификационной работы целесообразно разделить на более мелкие по своему объему структурные части – подразделы (или параграфы), четко обозначив, тем самым, вопросы, исследуемые в рамках каждой главы.

Все части должны быть сбалансированы и пропорциональны, приблизительно одного объема. Количество подпунктов в главах желательно иметь одинаковое. В среднем глава состоит из 2-3 параграфов.

В настоящее время в научных текстах принята чисто цифровая (индексационная) система нумерации. Использование такой системы нумерации позволяет не употреблять слова «часть», «раздел», «глава», «параграф» и т.д. Нумерация параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа в ней (Приложение 7).

Глава первая. В ней выполняется описание современного состояния теории проблемы, дается обзор информационных материалов и литературных источников, позиции исследователей, обосновывается точка зрения автора на исследуемую проблему. Зачастую в ее названии фигурируют слова «ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ». В ней студент кратко излагает теоретические положения, которые должны определять методологию и методику достижения поставленных в работе целей. В этой главе неизбежен элемент реферативности. Здесь можно коснуться истории вопроса, показать, какие из аспектов рассматриваемой проблемы являются уже теоретически разработанными, а какие – дискуссионными, по-разному освещаемыми в различной научной литературе. При этом необходимо сформулировать свою точку зрения на проблемы, освещаемые в данной работе. Необходимо показать теоретические знания

по существу освещаемой темы. Описывается сущность и характеристика предмета и объекта исследования, содержание процесса их развития и современное состояние:

- оценивается место, занимаемое объектом исследования в рамках исследуемой предметной области;
- освещаются изменения изучаемого явления за последние годы с целью выявления основных тенденций и особенностей его развития;
- описывается (уточняется) система факторов, оказывающих влияние на изучаемый предмет, процесс или явление и исследуется механизм этого влияния;
- оценивается степень изученности исследуемой проблемы, теоретически и практически нерешенные и дискуссионные проблемы, по-разному освещенные в научной литературе с указанием личного мнения автора работы;
- проводится уточнение понятийно - категорийного аппарата;
- обобщается практический опыт решения подобных проблем или использования рекламных (коммуникативных) технологий;
- анализируются методы, алгоритмы, принципы организации практических решений;
- раскрываются механизмы различных процессов или взаимодействий.

Теоретическая часть должна занимать не более 30% объема работы.

Глава вторая – аналитическая, включает совокупность расчетно-экономических действий для решения поставленных задач.

Назначением этого раздела ВКР является анализ практического состояния проблемы (исследуемого процесса, явления). В нем рассматривается динамика экономических показателей, выявляются и классифицируются факторы, влияющие на показатели развития. Раскрываются конкретные методы решения проблемы.

Он включает в себя:

- описание структуры и системы управления;
- структура ассортимента, портфеля торговых марок, ценовой и дистрибутивной политики;
- выявление положительных и отрицательных сторон деятельности, факторов на это влияющих;
- изучение конкурентной среды, сильных и слабых сторон деятельности прямых и косвенных конкурентов, а также их коммуникационной активности;
- изучение коммуникационной среды, предшествующей коммуникационной деятельности и кампаний, профилей целевых групп и др.

Как правило, здесь используются специализированные кабинетные методы сбора информации и исследований: PEST-анализ среды, SWOT-анализ продукта или предприятия, сопоставительный анализ деятельности конкурентов (методом М. Портера, Ф. Котлера, Ж.Ж. Ламбена), можно использовать табличные методы для анализа, провести контент-анализ материалов в СМИ и социальных сетях интернета. В этом разделе используются экономико-математические методы, компьютерные технологии обработки данных, составляются аналитические таблицы, графики, схемы и т.д. (по материалам компании, статистических сборников).

Таким образом, в результате исследования должны быть выявлены проблемы, решение которых может служить основой для разработки проектной части работы.

Объем **второй** части выпускной работы составляет примерно 30-40% от общего объема.

Глава третья – рекомендательная (проектная). В ней определяются современные требования к решению задач исследования и разрабатываются предложения и рекомендации для объекта исследования. Выполняются практические расчеты по выбранной методике, дается оценка эффективности предлагаемых мероприятий

(рекомендаций). Определяются новизна и полнота решения поставленных задач. Обозначаются границы применения результатов, а также намечаются пути продолжения исследования (в том числе в будущей деятельности автора). Содержание рекомендательной (проектной) части определяется как особенностями выбранной темы выпускной квалификационной работы, так и спецификой конкретного объекта исследования. Но в любом случае в этой части решаются следующие основные задачи:

- поиск мероприятий (вариантов решения) по устранению выявленных недостатков;
- обоснование выбора рациональных мероприятий и предложений, улучшающих фактическое положение дел в исследуемом объекте.

Способность организовать маркетинговое или социологическое исследование является важной интегральной компетенцией, демонстрирующей способности выполнять задачи организационно-управленческого и исследовательско - аналитического характера. Разработке и реализации собственной программы эмпирического исследования, интерпретации его результатов следует посвятить параграф в третьей главе, который будет проверять выводы из второй главы и обосновывать необходимость предлагаемых решений или разрабатывать ключевые показатели эффективности для проекта или рекомендаций.

Объем третьей части выпускной работы составляет примерно 30% общего объема.

В конце каждой главы даются основные Выводы (2/3, 1/2 страницы).

В **заключении** синтезируется суть работы, подводятся итоги решения поставленных в ней задач и обобщаются полученные результаты. Рассматриваются направления и пути дальнейшего развития темы. Здесь же отмечаются практическая ценность работы, область ее настоящего (или перспективного) использования. В заключении ВКР должны содержаться основные результаты проведенного исследования, а также выводы, сделанные автором на их основе, обобщение выводов из глав. В заключении отражены ответы на поставленные во введении задачи. Основные результаты и выводы, подводящие итог выполненной работе, следует формулировать сжато, лаконично и аргументировано, избегая обилия общих слов и бездоказательных утверждений.

Заключение должно содержать следующие пункты:

- краткий перечень проанализированной литературы с указанием содержания важнейших материалов, использованных в выпускной квалификационной работе, оценку общего состояния разработки темы работы в использованной литературе;
- оценку общего состояния объекта исследования;
- итоги анализа изучаемой проблемы в организации (регионе, отрасли); обобщенные выводы по теме исследования;
- перечень и краткую характеристику предложенных решений, направленных на уменьшение величины проблем и достижения цели исследования;
- возможные результаты экономической или социальной эффективности деятельности объекта исследования от реализации предложенных решений;
- перспективы развития темы исследования.

Допустима нумерация сделанных выводов (предложений, рекомендаций) с указанием их адресатов (кому для реализации адресованы предложения: органам федеральной власти и управления, муниципальным структурам, конкретным предприятиям и др.). Заканчивается заключение обязательным итоговым обобщением.

Объем заключения: 3-5 страниц.

Список источников и литературы (см. Приложение 1) необходимо оформлять в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008.

В приложения выносятся текстовые и прочие материалы, которые облегчают восприятие основной части, не перегружая ее (иллюстрации, инструкции, результаты промежуточных расчетов, таблицы вспомогательных цифровых данных, описания алгоритмов программ, акты внедрения результатов).

Общие требования к оформлению ВКР.

Текст ВКР печатается на одной стороне листа формата А4, должен быть только чёрного цвета, поля (верх., ниж. – 2 см, лев. – 3 см, прав. – 1 см), выравнивание по ширине.

Шрифт – Times New Roman размером 14, межстрочный интервал 1,5, абзацный отступ 1,25.

Каждая новая глава начинается с новой страницы, нумеруется и ее название размещается по центру с прописной буквы жирным начертанием. Это же требование относится к другим основным структурным частям работы (введению, заключению, списку источников и литературы, приложениям и т.д.), которые не нумеруются. Первый параграф каждой главы начинается сразу после ее названия, а последующие – с отступом двух интервалов после окончания предыдущего текста.

Названия глав и параграфов располагаются по левому краю с абзацным отступом (1,25 пт.). В конце номера параграфа (1.1) и всех названий точка не ставится. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Страницы ВКР должны иметь сквозную нумерацию. Номера страниц проставляются сверху по центру. Первой страницей является титульный лист, на которой номер не проставляется, но учитывается при подсчете.

Правила оформления таблиц, рисунков.

Все таблицы и рисунки должны иметь названия и порядковую нумерацию (напр., Таблица 1, Рисунок 3). Нумерация таблиц и рисунков арабскими цифрами должна быть сквозной (для таблиц и рисунков по отдельности) для всего текста до приложений (напр., Таблица 1). На все таблицы и рисунки в тексте должно быть указание, размещенное в абзаце, предшествующем им (напр., см. Таблицу 1).

Оформление таблицы

Название таблицы помещается справа над ней без абзацного отступа, в одной строке с ее номером через точку (14 шрифтом).

Внутри таблицы используется 12 шрифт, интервал 1,0. Таблица занимает место от левого до правого поля страницы (В меню: таблица - автоподбор по ширине окна).

Все таблицы и рисунки должны иметь ссылку на источник (если таблица или рисунок выполнены автором ВКР, то указывается «составлено автором на основе...» или «составлено автором»).

Ссылка на источник оформляется в виде сноски под таблицей.

Разрывать таблицу и переносить часть её на другую страницу можно только в том случае, если она не помещается целиком на одной странице. При переносе части таблицы на другой лист слово «Таблица», ее номер и название указывают один раз над первой частью, над последующими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например, «Продолжение таблицы 1». Нижнюю границу таблицы при переносе не проводят (не выделяют).

Если таблица занимает более 2-х страниц текста, то она выносится в приложения ВКР.

Пример оформления таблицы и сноски с указанием источника:

Таблица 1. Распределение ответов респондентов на вопросы анкеты по возрастным группам (в %)*

Варианты	Возрастные группы	Всего
----------	-------------------	-------

ответов					по выборке
	18-24 года	25-29 лет	30-45 лет	старше 45 лет	
	25	30	20	25	

* Таблица составлена автором на основе.. (приводится источник информации).

Оформление рисунка.

Все иллюстративные материалы (рисунки, диаграммы, графики) в выпускной квалификационной работе имеют название «Рисунок». На иллюстративный материал должно быть дано указание в тексте (напр., см. Рисунок 1).

Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. Название указывается под рисунком по центру строки, делается ссылка на источник в виде сноски внизу страницы (либо указывается, что рисунок выполнен автором).

До и после рисунка оставляются одна пустая строка.

Пример оформления рисунка:



Рисунок 1. Пятиконечная звезда¹

Правила оформления сносок.

В тексте ВКР обязательно должны быть ссылки в виде подстраничных сносок со сквозной нумерацией арабскими цифрами.

Правила оформления библиографического списка.

Библиографический список (раздел выпускной квалификационной работы под названием «Список использованных источников и литературы») включает в себя литературные, статистические и другие источники, материалы из которых использовались при написании работы. Список должен включать не менее 60 наименований преимущественно изданных не ранее, чем за 5 лет до года защиты ВКР (не менее 2-3 источников должны быть изданы на иностранных языках).

Источники, представленные в работе, могут быть опубликованными (законы, ведомственные приказы, акты и т.п., опубликованные в официальных СМИ) и неопубликованными (устав фирмы, бухгалтерский отчет, должностная инструкция и др. документы компании, на основе которых пишется ВКР). В библиографический список включаются источники и литература, на которые в работе есть ссылки, а также те, с которыми студент ознакомился при подготовке работы и включил во введение.

Список литературы оформляется как сквозной нумерованный список (арабские цифры, без точки) по алфавиту фамилий авторов, иностранные источники размещают в конце списка литературы.

Список использованных источников и литературы (см. Приложение 1) необходимо оформлять в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008.

Правила оформления приложений

¹ Рисунок выполнен автором.

Приложения оформляются как продолжение ВКР после списка литературы. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты. Первая страница приложений нумеруется как последняя страница ВКР, на которой в центре пишется слово «Приложения». Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху справа страницы слова «Приложение» и его обозначения цифрой.

Имеющиеся в тексте приложения иллюстрации, таблицы, формулы и уравнения следует нумеровать в пределах каждого приложения. Объем приложений не ограничивается.

3.2. Оценочные материалы для ВКР

3.2.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания

Описание представлено в следующей таблице:

<i>Оценка</i>	<i>Критерии оценивания компетенций</i>
<p>«Отлично» (выполнены все пункты)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Работа оформлена в полном соответствии с требованиями ФГОС ВО. ● В работе раскрывается заявленная тема, решены поставленные задачи. ● Теоретическая и практическая часть работы органически взаимосвязаны. ● В работе на основе изучения источников дается самостоятельный анализ фактического материала ● В работе делаются самостоятельные выводы, выпускник демонстрирует свободное владение материалом, уверенно отвечает на основную часть вопросов. ● Работа представлена своевременно, с развернутыми отзывами и сопроводительными документами.
<p>«Хорошо» (выполнены все пункты)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Работа оформлена с не принципиальными отступлениями от требований ФГОС ВО ● Содержание работы недостаточно раскрывает заявленную тему, не все поставленные задачи решены. ● Теоретическая и практическая часть работы недостаточно связаны между собой. ● Недостаточная самостоятельность при анализе фактического материала и источников. ● Работа представлена своевременно, с развернутыми отзывами и сопроводительными документами
<p>«Удовлетворительно» (выполнены 3 и более пунктов)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Работа выполнена с незначительными отступлениями от требованиями ФГОС ВО. ● Содержание работы плохо раскрывает заявленную тему, предъявленное решение поставленных задач не является удовлетворительным (вызывает массу возражений и вопросов без ответов). ● Слабая источниковая база. ● Отсутствует самостоятельный анализ литературы и фактического материала ● Слабое знание теоретических подходов к решению проблемы и работ ведущих ученых в данной области

	<ul style="list-style-type: none"> ● Неуверенная защита работы, ответы на вопросы не воспринимаются членами ГЭК как удовлетворительные. ● Работа представлена с нарушением срока предоставления выпускных квалификационных работ, имеются существенные замечания к содержанию.
<p>«Неудовлетворительно»</p> <p>(выполнен хотя бы один из пунктов)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Работа представлена с нарушением срока предоставления выпускных квалификационных работ, имеются существенные замечания к содержанию. ● Работа не соответствует требованиям ФГОС ВО. Выпускник не может привести подтверждение теоретическим положениям. ● Выпускник не знает источников по теме работы или не может их охарактеризовать. ● Студент на защите не может аргументировать выводы, не отвечает на вопросы. ● В работе отсутствуют самостоятельные разработки, решения или выводы. ● В работе обнаружены большие куски заимствованного текста без указания его авторов.

3.2.2. Примерная тематика ВКР

В процессе подготовки к защите выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

1. Совершенствование планирования и/или проведения рекламной/коммуникационной/промо- кампании (с помощью, на основе использования рекламы, PR, спонсорства, выставочной деятельности, ивент-маркетинга, социальной рекламы, вирусной рекламы, и т.п.) в организации, фирме, в Интернет, социальных сетях, блогах, сайте и пр.(офф-лайн или онлайн)
2. Разработка проекта (концепции, программы медиаплана) рекламной/коммуникационной/PR кампании на рынке...
3. Совершенствование продвижения торговой марки/бренда на рынке.... в/через какой-то вид коммуникаций (мерчандайзинг, социальные сети, промо-мероприятия и т.д.) на рынке...
4. Совершенствование коммуникационной/рекламной/PR /выставочной деятельности компании на рынке
5. Формирование имиджа/репутации/корпоративной культуры с помощью рекламы или связей с общественностью на рынке...
6. Разработка коммуникационного/ рекламного/ PR-продукта, компании, фирмы на рынке (использования креативных технологий, дизайнерских решений, копирайтинга и пр.) на рынке....
7. Совершенствование управления коммуникациями (бренда, компании) на основе построения/оптимизации копирайтинга, продвижения / повышения эффективности сайта компании на рынке

3.2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения ОП ВО

Работа над ВКР начинается не позднее второго семестра обучения на магистерской ОП и тесно связана с научно-исследовательской работой магистранта. Выполнившие программу теоретического обучения и успешно сдавшие экзамены студенты магистратуры допускаются к финальной стадии выполнения ВКР.

Процесс подготовки выпускной квалификационной работы можно условно разделить на ряд последовательных этапов:

Подготовительный этап:

- определение места прохождения производственной практики;
- выбор темы ВКР, её согласование с руководителем;
- утверждение темы ВКР, назначение руководителя, консультанта (при необходимости).

Основной этап:

- получение от руководителя ВКР задания на ВКР и графика выполнения ВКР;
- изучение нормативных документов, литературы, материалов и т.д. по теме исследования;
- составление структуры ВКР и, в случае если этого требует содержание собранного материала, её корректировка;
- работа над текстом ВКР, последовательное (по главам) представление текста работы руководителю;
- доработка (корректировка) текста ВКР с учетом рекомендаций данных руководителем, консультантом.

Завершающий этап:

- предварительная защита **не позднее чем за три недели** до даты защиты ВКР (проводится по решению кафедры, учебно-научного центра, отделения);
- оформление ВКР (включая приложения) в соответствии с требованиями и представление завершённой ВКР руководителю (**не позднее чем за 10 календарных дней** до даты защиты ВКР);
- получение отзыва руководителя ВКР;
- получение рецензии;
- предоставление выполненной ВКР на кафедру, в учебно-научный центр, отделение;

- подготовка к защите ВКР (подготовка доклада, презентации и т.д.);
- публичная защита ВКР на заседании ГЭК.

Кафедра представляет в деканат сведения о допуске студента к защите ВКР, на основании которых оформляется приказ. В том числе указывается окончательная тема ВКР, указываются ФИО и регалии научного руководителя и рецензентов ВКР.

Приказ издается **не менее чем за четыре месяца** до начала государственной итоговой аттестации.

После издания приказа замена темы или внесение существенных изменений в её формулировку, а также назначение другого руководителя допускается в исключительных случаях при наличии объективных причин не позднее чем **за три недели до даты защиты ВКР** на основании личного заявления обучающегося.

Формы заявлений на изменение темы выпускной квалификационной работы и (или) замену руководителя представлены в Приложениях.

В рамках осуществления своей деятельности руководитель:

- 1) оказывает консультационную помощь обучающемуся в выборе темы ВКР или в определении формулировки темы, инициированной обучающимся;
- 2) составляет задание на выполнение выпускной квалификационной работы;
- 3) составляет график выполнения ВКР;
- 4) дает рекомендации по подбору списка литературы и источников, эмпирического материала, нормативной базы и т.д. для подготовки ВКР;
- 5) содействует обучающемуся в выборе методики исследования;
- 7) консультирует обучающегося по содержанию и оформлению работы;
- 8) осуществляет контроль за выполнением обучающимся всех этапов в ходе подготовки выпускной квалификационной работы в соответствии с утвержденным заданием и графиком работы, информирует кафедру в случае несоблюдения обучающимся сроков, установленных графиком;
- 9) оценивает качество выполнения ВКР в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями (в том числе проверяет работу с помощью системы обнаружения текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»);
- 10) составляет письменный отзыв о работе обучающегося/обучающихся в период подготовки ВКР (далее – отзыв);
- 11) консультирует обучающегося о порядке прохождения процедуры предзащиты ВКР (если процедура предзащиты обязательна по решению выпускающей кафедры, учебно-научного центра, отделения);
- 12) оказывает помощь в подготовке к защите в ГЭК, ответам на вопросы рецензента и возможные вопросы членов государственной экзаменационной комиссии.

В рамках осуществления своей деятельности руководитель имеет право:

- 1) выбрать удобную для него и обучающегося форму организации взаимодействия, в том числе с применением дистанционных технологий, согласовать с обучающимся график подготовки ВКР и установить периодичность личных встреч или иных контактов;
- 2) требовать, чтобы обучающийся ответственно и внимательно относился к полученным рекомендациям и на встречи являлся подготовленным;
- 3) при составлении отзыва принять во внимание соблюдение обучающимся контрольных сроков, установленных графиком выполнения ВКР и срока предоставления окончательного текста ВКР;
- 4) участвовать в заседании ГЭК при защите ВКР.

После утверждения темы выпускной квалификационной работы руководитель составляет задание на выпускную квалификационную работу (задание) и график выполнения выпускной квалификационной работы (график). Бланк задания и графика представлен в Приложении.

Задание и график составляется в двух экземплярах – для обучающегося и руководителя и служит для планирования и контроля выполнения этапов подготовки ВКР. Задание и график обучающийся принимает от руководителя под подпись.

ВКР должна быть выполнена обучающимися самостоятельно, с соблюдением принципа академической честности, который означает соблюдение автором прав и законных интересов других авторов, отсутствие:

использования и (или) присваивания текста, идей, гипотез, выводов, методов, результатов исследований, графиков, кодов, картинок или работ других авторов без ссылки на автора или источник заимствования, а также использования текста других авторов с синонимической заменой слов и выражений без изменения смысла, включая использование текста, переведенного с другого языка (плагиат), искусственно сгенерированного текста

фактов использования собственного материала, фактических и цифровых данных без ссылки на самого себя, и (или) на источник собственных цитат (автоплагиат);

ссылок на несуществующие источники, предоставление недостоверных данных и (или) результатов, записей или сообщения о них;

манипуляции исследовательскими материалами, изображениями, иллюстрациями, вследствие чего искажаются материалы исследования в ВКР.

Обучающийся является единоличным автором ВКР и несет полную нравственную и юридическую ответственность за самостоятельность её выполнения, за все сведения, изложенные в ВКР, обоснованность (достоверность) выводов и защищаемых положений.

Одним из критериев оценивания выпускной квалификационной работы является доля её оригинальности (уникальности) – процент, отражающий степень самостоятельности и вклада автора при проведении исследования.

Оригинальность (уникальность) выпускных квалификационных работ должна составлять не менее 70% для выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

Для проверки выпускных квалификационных работ на наличие заимствований в РГГУ используется корпоративная система обнаружения текстовых заимствований «Антиплагиат. ВУЗ» (далее – «Антиплагиат. ВУЗ»).

Оценку правомерности и корректности обнаруженных системой «Антиплагиат. ВУЗ» заимствований путем анализа полного отчета, сформированного системой «Антиплагиат. ВУЗ» дает руководитель.

По результатам проверки формируется справка о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований (далее – Справка). Справка подписывается руководителем и прилагается к печатному варианту выпускной квалификационной работы.

Проведение предварительной защиты (далее – предзащита) выпускной квалификационной работы носит рекомендательный характер, решение о проведении предзащиты принимается на заседании кафедры и отражается в протоколе. Требования к процедуре проведения предзащиты устанавливаются программой ГИА. Предзащита проводится с целью определения степени готовности выпускной квалификационной работы к защите. В рамках предзащиты обучающемуся предоставляется возможность получить рекомендации по выполнению, оформлению и процедуре защиты выпускной квалификационной работы.

Проведение предзащиты позволяет своевременно выявить пробелы, возникшие в ходе выполнения выпускной квалификационной работы.

Предзащита проводится на заседании кафедры, учебно-научного центра, отделения в соответствии с расписанием, не позднее чем за три недели до даты защиты ВКР.

Расписание – с указанием даты, времени и места проведения предзащиты, утверждается заведующим кафедрой, руководителем учебно-научного центра или отделения и доводится до сведения обучающихся путем размещения расписания на информационных стендах кафедры/деканата и (или) в открытом доступе на официальном сайте РГГУ (<http://www.rggu.ru>) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на странице выпускающей кафедры, учебно-научного центра, отделения.

Как правило, предзащита проводится для обучающихся очной формы обучения.

По итогам предзащиты дается заключение о готовности/неготовности выпускной квалификационной работы к защите в государственной экзаменационной комиссии. Решение фиксируется в протоколе заседания. По итогам предзащиты составляется протокол. Образец протокола представлен в Приложении.

Руководитель составляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работе (далее – отзыв). В случае выполнения выпускной квалификационной работы несколькими обучающимися руководитель составляет отзыв об их совместной работе в период подготовки выпускной квалификационной работы.

Бланк отзыва руководителя представлен в Приложении.

Отзыв составляется в одном экземпляре, подписывается руководителем ВКР с указанием его фамилии, имени и отчества (полностью), ученого звания, степени, должности, даты составления отзыва.

В случае если выявленные недостатки не устранены и (или) итоговая оценка оригинальности работы не достигла допустимых значений руководитель отражает данный факт в отзыве.

Особое внимание обращается руководителем на имеющиеся в работе недостатки, не устраненные обучающимся. В отзыве руководитель обосновывает возможность или нецелесообразность представления ВКР к защите. При этом руководитель не выставляет оценку работе, а дает работе объективную характеристику, т.е. содержание отзыва предполагает обоснованное мнение руководителя о качестве выпускной квалификационной работы.

Выполненная и оформленная в соответствии с требованиями ВКР представляется обучающимся на кафедру в срок, установленный графиком подготовки ВКР (**но не позднее чем за десять календарных дней** до даты защиты ВКР).

Работа представляется в распечатанном, сброшюрованном виде (ВКР должна иметь жесткий переплет) с приложением текста ВКР на электронном носителе. Текст выпускной квалификационной работы на бумажном и электронном носителях должен быть полностью идентичен.

К выпускной квалификационной работе в обязательном порядке прилагаются следующие документы – отзыв руководителя ВКР, справка, задание на выполнение ВКР (далее вместе – документы).

Факт предоставления обучающимся выпускной квалификационной работы и документов с указанием даты предоставления фиксируется в журнале учета входящих документов.

В случае если обучающийся не представил выпускную квалификационную работу и документы в установленный срок - заведующий кафедрой готовит докладную записку на имя проректора по учебной работе, в которой отражает данный факт. Докладная записка согласовывается с руководителем ВКР.

Выпускные квалификационные работы подлежат внешнему рецензированию. В качестве рецензентов могут привлекаться специалисты государственных органов, сферы бизнеса, производства, педагогические работники других образовательных организаций высшего образования, сотрудники научных организаций, не работающие на кафедре, в учебно-научном центре, отделении.

Для проведения внешнего рецензирования выпускной квалификационной работы указанная работа, вместе с отзывом научного руководителя и справкой об оригинальности текста, направляется одному или нескольким рецензентам. Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет на работу письменную рецензию (далее – рецензия).

Рецензия должна отражать и включать оценку качества выполнения каждого раздела ВКР с указанием положительных и отрицательных сторон, степень актуальности темы исследования, наличие собственной точки зрения/проектного решения, умение пользоваться методами научного исследования/проектирования, степень обоснованности выводов и рекомендаций, достоверность полученных результатов/целесообразность решений, их новизну теоретическую и практическую значимость работы.

Отрицательный отзыв руководителя ВКР и (или) рецензента не является основанием для не допуска ВКР к защите. Защиту ВКР оценивает государственная экзаменационная комиссия. Однако отзыв руководителя, оценка рецензента учитываются комиссией ГЭК при принятии решения о выставлении результата защиты ВКР.

Кафедра должна ознакомить обучающегося с отзывом и рецензией не позднее, чем за пять календарных дней до даты защиты выпускной квалификационной работы.

Факт ознакомления обучающегося с отзывом руководителя и рецензией заверяется личной подписью обучающегося на бланке отзыва и рецензии под текстом с указанием даты ознакомления и подписи обучающегося.

В государственную экзаменационную комиссию, секретарю комиссии не позднее, чем за три календарных дня до защиты ВКР заведующий кафедрой передает следующий пакет документов:

- 1) выпускная квалификационная работа;
- 2) отзыв руководителя ВКР;
- 3) рецензия;
- 4) справка о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований;
- 5) задание на выполнение ВКР и график выполнения ВКР;
- 6) другие материалы и документы, характеризующую научную и практическую ценность работы (при наличии).

(Инструкция по передаче ВКР размещается на странице кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы в разделе «Учеба - Студентам выпускных курсов» .

Обучающийся с места прохождения преддипломной практики (или из компании, на основе данных которой делалось исследование) берет справку о внедрении или акт об использовании результатов работы, где указывается ее практическое значение, актуальность для данной компании и возможность внедрения предлагаемых рекомендаций. Документ создается в свободной форме, подписывается руководителем подразделения или организации, заверяется печатью (см. Приложение).

Выпускные квалификационные работы хранятся на кафедре, в учебно-научном центре, отделении в течение пяти лет после защиты. Выпускные квалификационные работы хранятся на бумажных носителях после окончания срока хранения списываются по акту и уничтожаются.

При необходимости кафедрам, учебно-научным центрам, отделению предоставляется право увеличения срока хранения отдельных ВКР, представляющих учебно-методический, научный интерес. Ответственность за надлежащее хранение и своевременное списание ВКР несет руководитель структурного подразделения – заведующий кафедрой, руководитель учебно-научного-центра, отделения.

Тексты выпускных квалификационных работ, за исключением текстов, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются в электронно-библиотечной системе РГГУ (ЭБС).

Для размещения в ЭБС обучающийся сдает электронную версию ВКР в формате *pdf и заполненное с его стороны согласие на размещение электронной версии ВКР в ЭБС университета. В случае выполнения ВКР двумя и более обучающимися разрешение оформляется каждым из обучающихся.

Название файла должно иметь следующий формат: Фамилия и инициалы студента, краткое название ВКР. (например, Иванова М.И. Пробл. реализации Конституции).

Для обеспечения наглядности содержания доклада (выступления) на защите ВКР его целесообразно проиллюстрировать компьютерной презентацией, Презентация должна помогать раскрывать основные положения доклада.

Рекомендации по оформлению презентации:

- на титульном слайде необходимо указать наименование ВУЗа, факультета/учебно-научного центра/отделения, тему работы, фамилию, имя и отчество докладчика и руководителя;
- слайды рекомендуется пронумеровать (указав номер текущего слайда и количество слайдов всего);
- сочетание цветов фона и текста должно быть таким, чтобы текст легко читался;
- рекомендуемый размер шрифта не ниже 24 pt;
- без крайней необходимости не рекомендуется использовать в презентации звуковые эффекты и эффекты анимации;
- не следует перегружать слайды текстом, слайды должны демонстрировать лишь основные положения доклада;
- иллюстрации (рисунки, графики, таблицы) должны иметь название;
- рекомендуется сохранить презентацию в формате PDF. Дополнительные материалы, подкрепляющие выступление и не вошедшие в презентацию, могут быть оформлены в виде раздаточного материала к докладу.

Защита ВКР проходит публично на открытом заседании ГЭК. Защита ВКР проводится с участием не менее двух третей состава комиссии.

Защита представляет собой четко регламентированную процедуру:

- председатель Государственной комиссии объявляет фамилию, имя, отчество студента, название темы ВКР, научного руководителя и рецензента;
- студент делает доклад (сопровождающийся презентацией) с изложением основных положений своей работы (продолжительностью до 7 минут);
- по окончании доклада автор отвечает на вопросы, которые задают как члены комиссии, так и присутствующие на защите лица;
- заслушивается отзыв рецензента работы, задача которого - охарактеризовать работу, выделив ее достоинства и недостатки или спорные моменты;
- защищающийся отвечает на замечания, содержащиеся в рецензии, и на вопросы по работе, которые могут быть заданы не только членами комиссии, но и любым из присутствующих. Ответы на вопросы должны быть доказательными, теоретически аргументированными и подкреплены фактическим материалом;
- проводится обсуждение работы, в котором может принять участие любой присутствующий на защите, число выступающих не ограничивается;
- студенту предоставляется слово для заключительного выступления, в котором он отвечает на замечания рецензента, а также отвечает на высказанные в процессе

обсуждения замечания.

При определении оценки комиссия принимает во внимание общий уровень научно-теоретической и практической подготовки студента, а также его умение отстаивать и обосновывать свою позицию, в соответствии с уровнем освоенных компетенций. Решение об оценке принимается государственной экзаменационной комиссией на закрытом заседании по завершении всех назначенных на этот день защит и озвучивается в этот же день.

4. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации

Для сдачи государственного экзамена и защиты ВКР необходим класс с интерактивной доской и проектором, поскольку защита ВКР должна быть подкреплена визуальной иллюстрацией с помощью презентации.

Состав программного обеспечения (ПО)

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

5. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Процедуры проведения ГИА для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья регламентируются действующим Положением о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Образец заявления об утверждении темы ВКР и назначении руководителя

УТВЕРЖДЕНО

решением кафедры/учебно-научного центра/отделения

протокол

от « ____ » _____ 202 ____ г. № _____

Заведующему кафедрой интегрированных коммуникаций и
рекламы

_____ (название структурного подразделения)

Д-ру экон. наук, доценту Абаеву Алану Лазаревичу

_____ (уч. степень, уч. звание, фамилия, имя, отчество)

_____ (фамилия, имя, отчество студента)

студента (ки) _____ курса

_____ формы обучения

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, направление подготовки/специальность)

Современные коммуникации и реклама

направленность (профиль)/ специализация

Контактный телефон: (____) _____

e-mail: _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему ВКР

« _____

_____ (при выполнении ВКР на иностранном языке формулировка темы ВКР указывается на русском и иностранном языке)

Назначить руководителем ВКР _____

_____ (должность, ученая степень, фамилия, имя, отчество полностью)

С Программой государственной итоговой аттестации, Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры ознакомлен (а).

« _____ » _____ 202 ____ г.

_____ / _____
(подпись студента)

_____ (Фамилия И.О. студента)

СОГЛАСОВАНО:

« _____ » _____ 202 ____ г.

_____ / _____
(подпись руководителя)

_____ (ученая степень, ученое звание, должность, ФИО)

Форма заявления об изменении темы ВКР и назначении нового руководителя

УТВЕРЖДЕНО

Решением кафедры/учебно-научного центра/отделения

протокол

от « ____ » _____ 202 ____ г. № _____

Заведующему кафедрой/
Руководителю Учебно-научного центра/отделения

_____ (название структурного подразделения)

_____ (уч. степень, уч. звание фамилия, имя, отчество,)

от _____ (фамилия, имя, отчество студента)

студента (ки) _____ курса

_____ формы обучения

_____ (код, направление подготовки/специальность)

направленность (профиль)/ специализация

Контактный телефон:(____) _____

e-mail: _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу изменить тему ВКР, утвержденную ранее приказом РГГУ

от « ____ » _____ 20 ____ № _____

« _____

_____ (формулировка утвержденной ранее темы ВКР)

и утвердить новую тему ВКР:

« _____

_____ (формулировка новой темы ВКР)

Назначить руководителем ВКР

_____ (ученая степень, ученое звание, должность, ФИО)

С Программой государственной итоговой аттестации, Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры ознакомлен (а).

« ____ » _____ 202 ____ г.

_____ (подпись студента)

_____ / _____ (Фамилия И.О. студента)

СОГЛАСОВАНО:

« ____ » _____ 202 ____ г.

_____ (подпись руководителя)

_____ / _____ (ученая степень, ученое звание, должность, ФИО)

Форма заявления об изменении темы ВКР

УТВЕРЖДЕНО

Решением кафедры/учебно-научного центра/отделения

протокол

от «___» _____ 202___ г. № _____

Заведующему кафедрой/

Руководителю Учебно-научного центра/отделения

_____ (название структурного подразделения)

_____ (уч. степень, уч. звание фамилия, имя, отчество,)

от _____

_____ (фамилия, имя, отчество студента)

студента (ки) _____ курса

_____ формы обучения

_____ (код, направление подготовки/специальность)

направленность (профиль)/ специализация

Контактный телефон:(_____) _____

e-mail: _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу изменить тему ВКР, утвержденную ранее приказом РГГУ

от «___» _____ 20___ г. № _____

_____ (формулировка утвержденной ранее темы ВКР)

и утвердить новую тему ВКР:

_____ (формулировка новой темы ВКР)

«___» _____ 202___ г.

_____ (подпись студента)

_____ (Фамилия И.О. студента)

С Программой государственной итоговой аттестации, Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры ознакомлен (а).

«___» _____ 202___ г.

_____ (подпись студента)

_____ (Фамилия И.О. студента)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ВКР

_____ (подпись руководителя)

_____ (ученая степень, ученое звание, должность, ФИО)

Форма заявления о назначении нового руководителя ВКР без изменения темы ВКР

УТВЕРЖДЕНО

Решением кафедры/учебно-научного центра/отделения

протокол

от « ____ » _____ 202 ____ г. № _____

Заведующему кафедрой/
Руководителю Учебно-научного центра/отделения

_____ (название структурного подразделения)

_____ (уч. степень, уч. звание фамилия, имя, отчество,)

от _____

_____ (фамилия, имя, отчество студента)

студента (ки) _____ курса

_____ формы обучения

_____ (код, направление подготовки/специальность)

направленность (профиль)/ специализация

Контактный телефон: (____) _____

e-mail: _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Назначить руководителем ВКР

_____ (должность, ученая степень, фамилия, имя, отчество)

Тема ВКР утверждена приказом РГГУ от « ____ » _____ 20 ____ № _____

« _____

_____ (формулировка утвержденной темы ВКР)

С Программой государственной итоговой аттестации, Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры ознакомлен (а).

« _____ » _____ 202 ____ г. _____ / _____
(подпись студента) (Фамилия И.О. студента)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ВКР

_____ (подпись руководителя)

_____ (ученая степень, ученое звание, должность, ФИО)

Образец задания на выпускную квалификационную работу

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

 (название института/факультета)

 (название кафедры/учебно-научного центра/отделения)

направление подготовки/специальность

 (код / направление подготовки/специальность)

направленность (профиль)/специализация

 (название направленности (профиля)/специализации)

УТВЕРЖДАЮ
 Заведующий кафедрой/
 Руководитель УНЦ/отделения

 (название структурного подразделения)

 (ученая степень, ученое звание, Фамилия И.О.)

 (подпись)

« ____ » _____ 20 __ г.

ЗАДАНИЕ

НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ (ВКР)

в виде (бакалаврской работы, дипломной работы, магистерской диссертации)

Студенту (ке) _____

(фамилия имя отчество)

Тема выпускной квалификационной работы:
утверждена приказом РГГУ от « ____ » _____ 20 __ № _____
Срок сдачи выполненной работы руководителю « ____ » _____ 20 ____ г.
Цель исследования:
Содержание ВКР (перечень основных вопросов, подлежащих исследованию и разработке):

ГРАФИК
выполнения выпускной квалификационной работы

№	Этапы работы	Плановый срок выполнения	Фактический срок выполнения	Отметка руководителя о выполнении
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.	Ознакомление с отзывом руководителя	за 5 календарных дней до защиты ВКР		
14.	Ознакомление с рецензией	за 5 календарных дней до защиты ВКР		
15.				
16.				
17.				

Руководитель

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

/ _____ /

(подпись)

Консультант

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

/ _____ /

(подпись)

Задание принял
к исполнению

(Фамилия И.О. студента)

/ _____ /

(подпись)

_____ 20 _____ г.

Образец титульного листа ВКР

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Российский государственный гуманитарный университет»
 (ФГАОУ ВО «РГГУ»)

название института/факультета

название кафедры/учебно-научного центра/отделения

Выпускная квалификационная работа

бакалаврская работа/дипломная работа/магистерская диссертация

вид выпускной квалификационной работы

на тему:

Выполнил обучающийся

фамилия, имя, отчество

направление подготовки/специальность

код, название направления подготовки/специальности

направленность (профиль)/специализация

название направленности (профиля)/специализации

курс/форма обучения

Руководитель ВКР

(ученая степень, ученое звание, должность ФИО) / (подпись)

« ____ » _____ 202__ г.

**Заведующий кафедрой/
 Руководитель УНЦ/отделения**

(ученая степень, ученое звание, Фамилия И.О.)

(подпись)

« ____ » _____ 202__ г.

Москва 20 ____ г.

Экономический факультет
Кафедра «Экономики»
Протокол № _____
от 16 января 2023 г.

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

СЛУШАЛИ: заведующего кафедрой «Экономика» Буздалину О.Б. о готовности к защите на заседании ГЭК выпускных квалификационных работ студентов очной формы, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленность (профиль) «Финансы и кредит».

ПОСТАНОВИЛИ: Утвердить следующие результаты предварительной защиты выпускных квалификационных работ:

№	ФИО студента	Название темы	Критерии (разрабатываются кафедрой/учебно-научным центром/отделением)						
			Руководитель	Соответствие ВКР требованиям по оформлению	Соответствие содержания (текста) отдельных разделов/подразделов их названию (объекту, предмету)	Степень самостоятельности	И т.д.	Замечания/Рекомендации	Заключение
1.	Борисова Вероника Игоревна	Финансовое состояние организации: анализ и факторы влияния	Балихина Нэлла Владимировна	соответствует	соответствует	соответствует		Структурировать результаты в соответствии с задачами. Укрупнить выводы.	<u>Рекомендуется с доработкой/</u> Не рекомендуется/ Неявка
2.	Мурзин Антон Дмитриевич	Лизинг как источник финансирования компании	Кузеленкова Анастасия Николаевна	Оформить титул по образцу	Не соответствует	-			Рекомендуется с доработкой/ <u>Не рекомендуется/</u> Неявка

Результаты предзащиты утвердить. Рекомендации должны быть выполнены в срок до 23.01.2023 г.

Заведующий кафедрой: _____ /Буздалина О.В./

Форма протокола и текст приведены в качестве образца. Протокол предварительной защиты оформляется в соответствии с требованиями, установленными кафедрой, УНЦ, отделением.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Российский государственный гуманитарный университет»
 (ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

о работе обучающегося (ихся) в период подготовки выпускной квалификационной работе

фамилия, имя, отчество обучающегося	
кафедра /учебно-научный центр/отделение	

название	
направление подготовки/ специальность	_____
	код, название направления подготовки /специальности
направленность (профиль)/специализация	_____
форма обучения	_____
	очная; очно-заочная; заочная

Тема выпускной квалификационной работы

1. . Общая характеристика выпускной квалификационной работы

Критерии: актуальность темы исследования, раскрытие темы, полнота изложения материала, логичность, последовательность изложения, наличие конкретных предложений и рекомендаций, теоретическая и практическая значимость полученных результатов.

2. Стиль изложения, грамотность, ясность, точность формулировок.

3. Характеристика работы студента в ходе выполнения ВКР: отношение к работе, ответственность, соблюдение сроков, установленных календарным планом-графиком, самостоятельность, способность работать с нормативными актами, базами данных, теоретической, специальной и справочной литературой.

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

5. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

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

7. Выпускная квалификационная работа обучающегося _____ соответствует /не соответствует требованиям, предъявляемым к ВКР.

Руководитель ВКР

_____ / _____
 (ученая степень, ученое звание, должность, ФИО) (подпись)

С отзывом руководителя ВКР ознакомлен:

_____ / _____ / _____
 Фамилия Имя Отчество студента (подпись) (дата ознакомления)

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Российский государственный гуманитарный университет»
 (ФГАОУ ВО «РГГУ»)

**РЕЦЕНЗИЯ
 НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

 (фамилия, имя, отчество обучающегося)

направление подготовки/ специальность

 код, название направления подготовки /специальности

направленность (профиль)/специализация
 форма обучения

 очная; очно-заочная; заочная

Тема выпускной квалификационной работы

Рецензия должна включать: оценку степени актуальности темы исследования; оценку качества выполнения каждого раздела ВКР, указываются основные достоинства и недочеты, подкрепленные обоснованными замечаниями, рекомендациями по доработке; оценку степени разработки поставленных задач, оригинальности решений (предложений), теоретической и практической значимости работы.

В завершение рецензент высказывает собственную точку зрения относительно уровня выпускной квалификационной работы.

Заключительная фраза: Представленная ВКР по структуре, объему и содержанию соответствует/не соответствует предъявляемым требованиям и заслуживает оценки «_____».

(отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Рецензент

 (Фамилия Имя Отчество)

/ _____ /
 (ученая степень, ученое звание, должность, ФИО)

 (подпись)

С рецензией на ВКР ознакомлен:

 (Фамилия Имя Отчество студента)

/ _____ /
 (подпись)

 (дата ознакомления)

Книги:

Законы, нормативные документы:

Федеральный закон "О рекламе" – М.: Омега-Л, 2017. – 23 с.

Книги:

В книгах указывают следующие данные: фамилия, инициалы, название, место издания, издательство, год издания, страницы. В книгах до трех авторов указывают всех авторов и в библиографическом списке помещают в алфавитном порядке по фамилии первого автора.

Сокращают названия городов: Москва - М. и Санкт-Петербург- СПб.

Двоеточие – замещает слово Издательство. Кавычки в наименовании издательства не пишут

Панкрухин А.П. Маркетинг. 6-е изд. - М.: Омега-Л, 2009. — 656 с.

Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. :ИНФРА-М, 2011. – 512 с.

Книги 4 авторов и более помещают по алфавиту в списке литературы по первому слову заглавия книги. После заглавия через косую черту указывают все фамилии авторов, если их четыре, или указывают фамилии 3 авторов и далее «и др.», если авторов больше. Инициалы в этом случае ставят перед фамилией автора.

Рекламная деятельность: Учебник для студентов высших учебных заведений. - 3-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2001. — 364 с.

Основы научных исследований: учеб. пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина [и др.]. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 271 с.

- если автор не указан

Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 288 с.

Методические рекомендации и пособия:

Методические рекомендации по вопросам представления сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера и заполнения соответствующей формы справки для использования в ходе декларационной кампании 2018 года (за отчетный 2017 год) : метод. рекомендации / Министерство труда и социальной защиты РФ. - Москва, 2018. - 40 с.

Диссертация:

Будрин А.Г. Теория и методология рыночного взаимодействия предприятий на основе концепции маркетинга отношений: дис. ... д-ра экон. наук. Санкт-Петербург, 2008. 335 с.

Автореферат диссертации:

Ветрова Т. В. Классификация и оценка маркетинговых практик на российском рынке: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2016. 32 с.

Статьи из журналов и периодических изданий:

Выходные данные указывают в следующем порядке: фамилия, инициалы, название статьи, название журнала, год, том, номер, страницы. Номер от тома отделяют точкой. Название статьи отделяют от названия журнала двумя косыми чертами. Том обозначают – Т., страницы – С.

- если авторов от одного до трех:

Гвоздкова И.А. Математические задачи социо-эколого-ориентированной экономики // Труд и социальные отношения. 2017. Т. XXVIII. № 6 (144). С. 73-84.

Егорычева О., Поддаева О., Федюкина Н. Некоторые особенности использования образовательными учреждениями объектов федерального недвижимого имущества // РИСК. 2009. № 4. С. 51-54.

- если авторов более трех:

Взаимосвязь коммуникативной культуры и профессионального выбора студентов - гуманитариев / В.И. Филоненко, О.С. Мосиенко, А.В. Понеделков, Е. Е. Гришина и др. // Коммуникология. 2017. Т.5, № 4. С. 45-58.

Статьи на английском или немецком языке

Для иностранных журналов том обозначается – V. (англ.) или Bd. (нем.), страницы – P. или – S.

Kleymann B., H. Seristo. Levels of airline alliance membership: balancing risks and benefits // Journal of air transport management. – 2001. - N 7. – P. 303-310

Статьи из сборника:

Современные требования к подготовке специалистов в сфере маркетинга / А.Л. Абаев, М.Т. Гуриева // Сборник статей межд. научн. конф. «Ломоносовские чтения – 2016», г. Москва, 2016. С. 602-605.

Архивные материалы:

Справка Пензенского обкома комсомола Центральному Комитету ВЛКСМ о помощи комсомольцев и молодежи области в восстановлении шахт Донбасса // Гос. арх. Том. обл. Ф.1. Оп. 8. Д. 126. Л. 73.

Внутренние документы компании

Положение о работе жюри фестиваля Red Apple: утв. 05.07.2011. – Москва, 2011. - 5 с.

Описание патентных документов:

Впускной трубопровод для двигателя внутреннего сгорания : пат. 1007559 СССР, МКИ F 02M 35/10 / М. Урбинати, А. Маннини (Италия); Центро Ричерке Фиат С.п.А. (Италия). - № 2782807 / 25-06 ; заявл. 25.06.79 ; опубл. 23.03.83, Бюл. № 11, Приоритет 26.06.78, № 68493 А/78

(Италия). 5 с.

Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов : а.с. 07970 СССР, МКИ В 25 J 15/00 / В.С. Ваулин, В.Г. Кемайкин. № 3360585/ 25. 2 с.

Описание статей из энциклопедий

Абрамишвили. Г.Г. Маркетинг // Большая советская энциклопедия. 2 издание, — М.: Советская энциклопедия, 1974. Т.15. С. 540-541

Описание главы, параграфа или части документа:

Нормирование труда // Справочник экономиста по труду / С. Х. Гурьянов, И. А. Поляков, К. С. Ремизов и др. 5-е изд., доп. и перераб. М., 1982. Гл.1. С. 5-58.

Описание многотомного издания:

Экономикс. В 2-х т. Т. 2 / С.Л. Брю, К.Р. Макконнелл. 16-е изд., М. : Инфра-М, 2008. 544 с.

Переводы:

Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд : пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. СПб.: Питер, 2006. 464 с.

- если фамилия переводчика не указана

Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С.. Реклама: принципы и практика : пер. с англ. СПб.: Издательство "Питер", 1999. 738 с.

– *если фамилия переводчика указана*

Капферер, Ж-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж-Н. Капферер ; пер. с англ. Е. В. Виноградовой; под. общ. ред. В. Н. Домнина. — Москва: Вершина, 2007. —448 с.

Электронный ресурс локального доступа (CD, DVD и др.)

Джефферсон Р. Сборник упражнений и задач для студентов по биохимии и молекулярной биологии // Электрон. дан. 1999. –1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Справочник педиатра // ред. О. П. Фомина. М., 2002. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Электронный ресурс удаленного доступа (Internet):

Занятость и безработица в Российской Федерации в январе 2017 года [Электронный ресурс].- Электрон. дан.- Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/isswww.exe/stg/d01/36.htm (дата обращения 18.11.2017)

Исследование рынка интернет-торговли России. Результаты 1 полугодия 2017 года./ Akit.ru [Электронный ресурс].- Электрон. дан.- Режим доступа: <http://www.akit.ru/исследование-рынка-интернет-торговл/> (дата обращения 18.10.2017)

К вопросу о движении вагона по уклону железнодорожного пути / В.А. Кобзев, В.М. Рудановский, И.П. Старшов, Ю.О. Пазойский и др. // Бюллетень транспортной информации. – 2017. - № 272. [Электронный ресурс] - электрон. журн. – URL : <http://www.natrans.ru/art-text.asp?artnum=2146> (дата обращения: 14.09.2017)

**ФИРМЕННЫЙ
БЛАНК
ОРГАНИЗАЦИИ**

19.05.20 г.

По месту требования.

СПРАВКА О ВНЕДРЕНИИ

Результаты исследования и предложенные в выпускной квалификационной работе студентки факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ Ивановой И.И. мероприятия внедрены в деятельность отдела ООО «.....». В частности, с мая 20 г. Используется предложенная в работе методика продвижения интернет-сайтаru с помощью инструментов

В исследовании разработана модель обоснованного выбора метода продвижения, позволяющая существенно увеличить приток новых клиентов в компанию, которая применяется в настоящее время в деятельности ООО «.....».

Выводы и основные положения выпускной квалификационной работы Ивановой И.И. реализуются в практической работе отдела, и способствуют продвижению продукции и увеличению узнаваемости компании на рынке

Генеральный директор
ООО «.....»

Петров П.П

Лицензионный договор №
о предоставлении права пользования
Произведением на неисключительной основе
(НЕИСКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ)

г.Москва

« ___ » _____ 202__ г.

Настоящий Договор заключен между:

1) _____ (далее - «Лицензиар»), действующим от своего имени с одной стороны, и

2) федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет» (далее - «Лицензиат»), в лице директора библиотеки Батовой Людмилы Львовны, действующей на основании доверенности от 30.10.2024 года № 01-41-1579 с другой стороны, далее совместно именуемыми «Стороны».

Стороны договорились о нижеследующем:

1. Лицензиар предоставляет Лицензиату **неисключительную лицензию** на использование _____ следующего _____ произведения:

_____ (далее - «Произведение»).

2. Основные условия предоставления лицензии на использование Произведения:

1) разрешенные способы использования Произведения - все способы, предусмотренные законодательством Российской Федерации об авторском праве, в том числе: воспроизведение (без ограничения тиража), включая запись в цифровой форме, распространение, публичный показ, публичное исполнение, импорт, прокат, сообщение в эфир, сообщение по кабелю, перевод и иную переработку, практическую реализацию, доведение до всеобщего сведения, включая использование в открытых и закрытых сетях, включение в базы данных и мультимедийную продукцию, регистрацию товарных знаков;

2) территория использования: на территории всего мира;

3) срок использования: в течение всего срока действия исключительных прав;

4) вознаграждение за предоставление лицензии: предоставляется безвозмездно.

3. Лицензиар разрешает Лицензиату осуществить обнародования Произведения любым способом по усмотрению Лицензиата.

4. Лицензиар дает согласие Лицензиату на предоставление права использования Произведения другому лицу (сублицензионный договор).

5. Лицензиар гарантирует, что заключение настоящего Договора не приведет к нарушению авторских прав или иных прав интеллектуальной собственности третьих лиц, а также что им не заключались и не будут заключаться в дальнейшем какие-либо договоры, противоречащие настоящему Договору или делающие невозможным его выполнение.

6. Лицензиат обязуется не нарушать прав авторства Произведения.
7. Лицензиат не обязан предоставлять Лицензиару отчеты об использовании произведения.
8. Во всем, что прямо не урегулировано настоящим Договором, Стороны руководствуются законодательством Российской Федерации.
9. Все изменения и дополнения к Договору действительны, если совершены в письменной форме и подписаны обеими Сторонами. Соответствующие дополнительные соглашения Сторон являются неотъемлемой частью Договора.
10. Договор может быть досрочно расторгнут по соглашению Сторон либо по требованию одной из Сторон по основаниям и в порядке, которые предусмотрены действующим законодательством РФ.
11. Стороны будут стремиться к разрешению всех возможных споров и разногласий, которые могут возникнуть по Договору или в связи с ним, путем переговоров.
12. Споры, не урегулированные путем переговоров, передаются на рассмотрение суда в порядке, предусмотренном действующим законодательством РФ.
13. Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.
14. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим Договором, Стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.
15. Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами. Дата подписания договора является моментом передачи Лицензиату прав, указанных в разделе 2 договора, на соответствующее Произведение. Договор действует до полного исполнения Сторонами взятых на себя обязательств.

16. Адреса и реквизиты сторон:

Лицензиар

Лицензиат

17. ПОДПИСИ СТОРОН:

Автор:

РГГУ:

/Л.Л.Батова/

Приложение 13

Образец справки о результатах проверки по системе «Антиплагиат»



СПРАВКА

о результатах проверки текстового документа
на наличие заимствований

Российский государственный
гуманитарный Университет

ПРОВЕРКА ВЫПОЛНЕНА В СИСТЕМЕ АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ

Автор работы: Иванов Иван Иванович
Самоцитирование
рассчитано для: Иванов Иван Иванович
Название работы: РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ УСЛУГ
Тип работы: Выпускная квалификационная работа
Подразделение: Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

РЕЗУЛЬТАТЫ

■ ОТЧЕТ О ПРОВЕРКЕ КОРРЕКТИРОВАЛСЯ: НИЖЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕРКИ ДО КОРРЕКТИРОВКИ

СОВПАДЕНИЯ	25.05%	СОВПАДЕНИЯ	25.05%
ОРИГИНАЛЬНОСТЬ	73.15%	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ	73.15%
ЦИТИРОВАНИЯ	1.8%	ЦИТИРОВАНИЯ	1.8%
САМОЦИТИРОВАНИЯ	0%	САМОЦИТИРОВАНИЯ	0%

ДАТА ПОСЛЕДНЕЙ ПРОВЕРКИ: 18.06.2023

ДАТА И ВРЕМЯ КОРРЕКТИРОВКИ: 27.06.2023 20:21

Структура документа: Проверенные разделы: основная часть с.1-30
Модули поиска: ИПС Адилет; Библиография; Сводная коллекция ЭБС; Интернет Плюс*; Сводная коллекция РГБ; Цитирование; Переводные заимствования (RuEn); Переводные заимствования по eLIBRARY.RU (EnRu); Переводные заимствования по коллекции Гарант: аналитика; Переводные заимствования по коллекции Интернет в английском сегменте; Переводные заимствования по Интернету (EnRu); Переводные заимствования по коллекции Интернет в русском сегменте; Переводные заимствования издательства Wiley ; eLIBRARY.RU; СПС ГАРАНТ: аналитика; СПС ГАРАНТ: нормативно-правовая документация; Медицина; Диссертации НББ; Коллекция НБУ; Перефразирования по eLIBRARY.RU; Перефразирования по СПС ГАРАНТ: аналитика; Перефразирования по Интернету; Перефразирования по Интернету (EN); Перефразированные заимствования по коллекции Интернет в английском сегменте; Перефразированные заимствования по коллекции Интернет в русском сегменте; Перефразирования по коллекции

Работу проверил: Гуриева Мадина Таймуразовна

ФИО проверяющего

Дата подписи:

Подпись проверяющего



Чтобы убедиться в подлинности справки, используйте QR-код, который содержит ссылку на отчет.

Ответ на вопрос, является ли обнаруженное заимствование корректным, система оставляет на усмотрение проверяющего. Предоставленная информация не подлежит использованию в коммерческих целях.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ ПРИ ВЫХОДЕ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК.....	7
1.1. Сущность и понятие коммуникационной стратегии	7
1.2. Специфика фармацевтического рынка	21
1.3. Особенности выхода на зарубежный рынок.....	28
2. АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВЫХОДЕ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК	40
2.1.Анализ деятельности компании ООО"Галдерма"	40
2.2. Алгоритм формирования коммуникационной стратегии в контексте выхода предприятия на зарубежный рынок	48
2.3. Анализ коммуникационной стратегии компании	65
3. РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК	72
3.1. Формирование коммуникационной стратегии для выхода на зарубежный рынок фармацевтический компании ООО "Галдерма"	72
3.2. Оценка и прогнозы эффективности коммуникационной стратегии при выходе на внешний рынок	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	90
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	94
ПРИЛОЖЕНИЯ	100

Примеры оформления Таблиц

Таблица, которая была заимствована из определённого источника. Здесь курсивом под таблицей даётся ссылка на основной источник и обязательно указывается номер страницы:

Таблица 1. Классификация мероприятий В.Музыканта *

Критерий классификации	Виды мероприятий	Формы мероприятий
Тип маркетинговой среды	Политические Корпоративные Социальные Культурные Спортивные Научные	Митинг, демонстрация, инаугурация Презентация продукции, выставка Благотворительный концерт Концерты, фестивали Спортивные соревнования, сборы Семинары, конференции
Характер взаимодействия участников	Формальные/ неформальные	Зависят от типа маркетинговой среды
Масштабы целевой аудитории	Международные Государственные Корпоративные Микрособытия События, закрепляющие достигнутые результаты	Саммит, конференция Официальный праздник, инаугурация Корпоративная вечеринка, промоакция Точечное воздействие на малые группы или конкретных людей: деловая встреча Отчетная конференция, корпоративное мероприятие, завершающее цикл деятельности
Маркетинговые задачи	События, направленные на кардинальные изменения	Презентация нового продукта

**Источник: Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями. –М.: Эксмо, 2008. – С. 122*

Таблица, составленная самостоятельно. Здесь необходимо курсивом под таблицей разместить фразу «Составлена автором» или «Рассчитано по», таким образом, приводятся основные источники, по которым производились расчеты:

Таблица №2. Отношение средней трудовой пенсии к средней заработной плате (%)*

год	по экономике в целом	мужчины	женщины

**Рассчитано по: Российская экономическая газета. М., 2013. С. 23; Петров Г.Р. Динамика доходов граждан за 2013 г.//Экономика. 2013.№5.С.2*