Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса

**Рекомендации по выполнению ВКР для бакалавриата и магистратуры**

Оглавление

[Рекомендуемая структура текста ВКР 2](#_Toc168496133)

[Рекомендации по оформлению ссылок и литературы 4](#_Toc168496134)

[Рекомендуемые критерии для оценки предзащиты ВКР 6](#_Toc168496135)

[Примерная тематика выпускной квалификационной работы 8](#_Toc168496136)

[Шаблон заявления на выполнение ВКР 10](#_Toc168496137)

[Титульный лист ВКР 11](#_Toc168496138)

[Титульный лист ВКР 12](#_Toc168496139)

[Шаблон отзыва руководителя ВКР 13](#_Toc168496140)

*Обоснование разработки:*

* [Положение о выпускной квалификационной работе](http://www.fa.ru/fil/kaluga/about/method/Documents/metod-dok/2021/%d0%9f%d1%80%d0%b8%d0%ba%d0%b0%d0%b7_%e2%84%96_2203_%d0%be_%d0%be%d1%82_18.10.2021_%d0%9e%d0%b1_%d1%83%d1%82%d0%b2%d0%b5%d1%80%d0%b6%d0%b4%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d0%b8_%d0%9f%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d1%8f_%d0%be_%d0%b2%d1%8b%d0%bf%d1%83%d1%81%d0%ba%d0%bd%d0%be%d0%b9_%d0%ba%d0%b2%d0%b0%d0%bb%d0%b8%d1%84%d0%b8%d0%ba%d0%b0%d1%86%d0%b8%d0%be%d0%bd%d0%bd%d0%be%d0%b9_%d1%80%d0%b0%d0%b1%d0%be%d1%82%d0%b5.PDF)
* [Практическое руководство по составлению библиографического описания с примерами](http://105.fa.ru/org/div/umoop/Documents/%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%95%D0%9E%D0%A0/%D0%91%D0%B8%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5%20%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-2022.pdf)
* [Инструкция для студентов по размещению ВКР в личном кабинете](http://105.fa.ru/org/div/cct/Documents/org_VKR_stud.pdf)
* [Инструкция для научных руководителей по проверке ВКР](http://105.fa.ru/org/div/cct/Documents/org_VKR_prep.pdf)
* [Понятийный аппарат выпускной квалификационной работы бакалавриата](https://docs.fa.ru/ActualData/c0dcea86-35a2-43ce-a34d-1ef33029b1ac/mm_vkr1_21.pdf?st=vp5t6gTfPk670DPugzC6PQ&e=1664290607)

*Справочная литература:*

* Кузнецов, И.Н. [Рефераты, курсовые и дипломные работы](https://znanium.com/read?id=358472). Методика подготовки и оформления: Учебно-методическое пособие. – М.: Дашков и Ко, 2020 – 204 с.
* Лебедева С.А. [Методы научного познания](https://znanium.com/read?id=333296): Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2019. – 272 с.
* Чумиков, А.Н., Бочаров, М.П., Самойленко, С.А. [Реклама и связи с общественностью. Профессиональные компетенции](https://znanium.com/read?id=135851): Учебное пособие. – М.: Дело, 2016. – 520 с.

*Дополнительная информация:*

* [Заявка на регистрацию преподавателей в системе «Антиплагиат-ВУЗ»](http://105.fa.ru/org/div/cct/Pages/antiplagiat-reg.aspx)
* [Университетская система «Антиплагиат-ВУЗ»](https://fa.antiplagiat.ru/)

# **Рекомендуемая структура текста ВКР**

Общие требования к тексту ВКР:

* объем ВКР без приложений составляет не менее 60 и не более 80 страниц для обучающихся по программам бакалавриата, 80–100 страниц для обучающихся по программам магистратуры;
* допустимый объем заимствований без учета цитирования – до 15 %;
* рекомендуемое число цитирования – в среднем одна ссылка на две страницы, т.е. в сумме минимум 50 и более ссылок во введении и в основной части ВКР. В списке использованной литературы и источников – не менее 50 работ. В этот список включаются только те работы, на которые автор ссылается в тексте ВКР.

Подробнее о типовой структуре и содержании ВКР – см. [Положение о выпускной квалификационной работе](http://www.fa.ru/fil/kaluga/about/method/Documents/metod-dok/2021/%d0%9f%d1%80%d0%b8%d0%ba%d0%b0%d0%b7_%e2%84%96_2203_%d0%be_%d0%be%d1%82_18.10.2021_%d0%9e%d0%b1_%d1%83%d1%82%d0%b2%d0%b5%d1%80%d0%b6%d0%b4%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d0%b8_%d0%9f%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d1%8f_%d0%be_%d0%b2%d1%8b%d0%bf%d1%83%d1%81%d0%ba%d0%bd%d0%be%d0%b9_%d0%ba%d0%b2%d0%b0%d0%bb%d0%b8%d1%84%d0%b8%d0%ba%d0%b0%d1%86%d0%b8%d0%be%d0%bd%d0%bd%d0%be%d0%b9_%d1%80%d0%b0%d0%b1%d0%be%d1%82%d0%b5.PDF) – Приложение № 9, раздел 1.

Рекомендуется структурировать текст ВКР следующим образом: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, приложения.

Во ***введении*** обосновывается актуальность темы и степень ее разработанности; проблема и гипотеза исследования, объект и предмет, цель и задачи исследования; теоретическое (классические и новые концепции), эмпирическое (первичная и вторичная информация) и методическое (общенаучные и специальные методы) основания научной работы; определяется теоретическая и практическая значимость полученных автором результатов исследования.

Подробнее о понятийном аппарате введения – см. [здесь](https://docs.fa.ru/ActualData/c0dcea86-35a2-43ce-a34d-1ef33029b1ac/mm_vkr1_21.pdf?st=jw3p7A_AcQJgHw9dccm_NA&e=1702316728).

***Особенности структурирования основной части текста теоретической и практической ВКР***

Основная часть теоретической и практической ВКР состоит из трех глав (количество параграфов в главах соответствует числу задач, сформулированных во введении ВКР).

В первой главе определяется разработанность темы в литературе, *обзор теоретического основания* и обоснование выбора автором концепции для описания объект-предметного поля исследования; построение модели (вербальной, математической или графической) предмета исследования, описание актуального состояния объект-предметного поля на основе *эмпирических данных*; делаются выводы о соответствии или несоответствии теоретических представлений и эмпирических данных.

Во второй главе анализируется построенная автором в первом разделе модель предмета исследования, его ретроспективное, актуальное и перспективное состояние (прогноз изменений в будущем); *анализируется материал, собранный автором ВКР во время производственной, в том числе преддипломной практики* для подтверждения несоответствия между теоретическими представлениями и практическими задачами деятельности; делаются выводы по практическому применению результатов анализа для решения профессиональных задач в современных рекламных и PR-коммуникациях.

В третьей главе автором ВКР *предлагаются решения* для выявленных несоответствий, обосновываются рекомендации по развитию исследования феномена практики или совершенствованию решений для конкретного примера в современных рекламных и PR-коммуникациях; описывается подготовка и результаты проверки гипотезы ВКР; делаются выводы о научном вкладе автора ВКР в разработку темы исследования.

***Особенности структурирования основной части текста проектной ВКР***

Основная часть проектной работы состоит из трех разделов (количество разделов соответствует числу задач, сформулированных во введении ВКР).

В первом разделе определяются основания для разработки проектного решения – обзор теоретического основания и актуального состояния объект-предметного поля на основе эмпирических данных; *формулируется идея (гипотеза) проекта*, указывается выбранное автором направление разработки – стратегическое решение, креативное решение или решение по медиаизмерениям; дается описание *паспорта проекта*.

Во втором разделе предлагается *описание модели проектной деятельности* для реализации выдвинутой идеи (гипотезы) проекта – планирование содержания работ, ресурсов и времени проекта; дается описание *плана проекта*; выбор способа проверки реализуемости идеи (гипотезы) проекта (например, экспертиза, эксперимент или тест); выводы по практическому применению планируемых результатов проекта для решения профессиональных задач в современных рекламных и PR-коммуникациях.

В третьем разделе – разработка нового объекта для выбранного обучающимся вида работ: например, для стратегических решений – это модели деятельности и образцы управленческой документации (например, коммуникационная стратегия); для креативных решений – это презентационные материалы и образцы контента (прототипы информационной и медиапродукции); для медиаизмерений – это процедуры исследования, мониторинга и анализа; дается описание результатов проектных работ – описание *отчета проекта*.

Базовые документы проекта обязательно размещаются в приложении – паспорт, план и отчет.

В ***заключении*** обосновывается мнение автора, раскрывающее тему ВКР, и оценивается новизна полученных результатов ВКР.

***Список использованной литературы*** (теоретическое основание) ***и источников*** (эмпирическое основание). *В список включается только те публикации, на которые есть ссылка в тексте ВКР.* Список формируется *в алфавитном порядке* и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

***Приложения***

В приложения включаются только те материалы, на которые автор ссылается в основной части ВКР. Эти материалы представляют собой либо *неопубликованные* источники информации, либо материалы (схемы, таблицы, иллюстрации и др.), *не созданные автором ВКР* – такие материалы выносятся в приложения, где указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения. Примером неопубликованного источника информации являются: исследовательский отчет по самостоятельному получению автором первичной информации от организации-объекта или группы респондентов, отчет по информационному аудиту, разработанная автором коммуникационная стратегия, проектная документация (план работ, календарный план, бюджет и др.), медиаплан или модель медиаизмерений, разработанные автором образцы коммуникационных материалов (медиапродукты). Рекомендуется для получения первичной информации, а также в разработке документов и образцов коммуникационных материалов использовать доступные для автора профессиональные онлайн-инструменты.

# **Рекомендации по оформлению ссылок и литературы**

1. ***Ссылки***

Оформление ВКР производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9 указывается: «Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

*ПРИМЕР 1. Печатная книга и ее электронная копия*

*В тексте:*

Для подготовки ответов на вопросы по медиапланированию рекомендуется изучить четвертую главу второго раздела учебного пособия «Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции» [42, с. 158-167], в которой рассматривается, во-первых, выбор медианосителей и, во-вторых, планирование размещения материалов.

*В списке литературы:*

печатная версия:

42. Чумиков А. Н., Бочаров М. П., Самойленко С. А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции : учебное пособие [Текст] / Александр Николаевич Чумиков, Михаил Петрович Бочаров, Сергей Алексеевич Самойленко. – Москва: Дело, 2016. – 520 с.

электронная версия:

42. Чумиков А. Н., Бочаров М. П., Самойленко С. А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции : учебное пособие [Электронный ресурс] / Александр Николаевич Чумиков, Михаил Петрович Бочаров, Сергей Алексеевич Самойленко. – Москва: Дело, 2016. – 520 с. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL.: https://znanium.com/read?id=135851

*ПРИМЕР 2. Периодическое издание*

*В тексте:*

Выявлена «связь жанров наиболее популярных материалов с устройством, с которого читатель заходит в Интернет» [57, с. 18].

*В списке литературы:*

печатная версия:

57. Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайновых медиа [Текст] / Александр Васильевич Колесниченко // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2019. – № 3. – С. 3-22.

электронная версия:

57. Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайновых медиа [Электронный ресурс] / Александр Васильевич Колесниченко // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2019. – № 3. – С. 3-22. – ЭБС «КиберЛенинка». – URL.: https://cyberleninka.ru/article/n/vostrebovannost-zhanrov-zhurnalistskih-tekstov-auditoriey-onlaynovyh-media/viewer

*ПРИМЕР 3. Электронный ресурс сетевого распространения*

*В тексте:*

В последние годы активизировались эксперименты с нейроинтерфейсами для развития опыта погружения в виртуальные миры [63].

*В списке литературы:*

63. Пирогова Е. VR, вождение и искусство: как нейроинтерфейсы входят в нашу жизнь [Электронный ресурс] / Елизавета Пирогова // РБК Тренды : проект РосБизнесКонсалтинг. – URL.: https://trends.rbc.ru/trends/industry/62728efc9a79472882caf642?page=tag&nick=digital\_transformation

В других случаях, не указанных здесь в примерах, ориентируемся на [Практическое руководство по составлению библиографического описания](http://105.fa.ru/org/div/umoop/Documents/%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%95%D0%9E%D0%A0/%D0%91%D0%B8%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5%20%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-2022.pdf), подготовленное БИК Финуниверситета, но для печатной версии вводим после заголовка обозначение [Текст], а для электронной – [Электронный ресурс] и не указываем дату обращения.

Типовая схема оформления библиографического описания:

Фамилия И. О. Заглавие [Текст / Электронный ресурс] / Имя Отчество Фамилия Выходные данные для печатной или электронной версии

1. ***Список***

*В список включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте ВКР.* Список обозначается как «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ», формируется *в алфавитном порядке* и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложения выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

*ПРИМЕР*

Приложение № 1

ИНТЕГРИРОВАННАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ АМЕС

Источник: Интегрированная система оценки АМЕС : Руководство по использованию от Ex Libris [Электронный ресурс] // EXLIBRIS.ru : агентство медийных исследований. – URL.: https://exlibris.ru/razvitie-industrii/integrirovannaya-sistema-otsenki-ames/

1. ***Распределение ссылок по тексту***

Минимальное количество ссылок в тексте ВКР — 50–60.

Около половины ссылок, обычно, размещается во введении ВКР.

*Примерная схема распределения ссылок по тексту ВКР*

|  |  |
| --- | --- |
| **Элемент структуры текста ВКР** | **Примерная доля ссылок** |
| Титульный лист |  |
| ОГЛАВЛЕНИЕ / СОДЕРЖАНИЕ |  |
| ВВЕДЕНИЕ |  |
| Актуальность | 10 % |
| Степень изученности темы | 25 % |
| Проблема и гипотеза исследования |  |
| Объект и предмет исследования |  |
| Цель и задачи исследования |  |
| Теоретическое обоснование | 5 % |
| Эмпирическое обоснование | 5 % |
| Методическое обоснование | 5 % |
| Новизна полученных результатов |  |
| Структура работы |  |
| ГЛАВА 1 / РАЗДЕЛ 1 | 25 % |
| ГЛАВА 2 / РАЗДЕЛ 2 | 10 % |
| ГЛАВА 3 / РАЗДЕЛ 3 | 10 % |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ |  |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ |  |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | 5 % |
| Приложение № 1 |  |
| … |  |

# **Рекомендуемые критерии для оценки предзащиты ВКР**

Количественные показатели:

* Объем ВКР от 60 до 80 страниц или 80-100 страниц для ВКР в магистратуре.
* Структура: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников. В приложения выносятся все документы, иллюстрации, схемы и иные материалы, не созданные автором ВКР, а также неопубликованные источники информации.
* Структура основной части ВКР соответствует количеству поставленных задач исследования, т.е. число разделов или параграфов в главах равно числу задач ВКР.
* Заимствований не более 15%. Рекомендуемая доля цитирования – 5-10%.
* Список использованной литературы и источников – не менее 50 работ – правильно оформлен.

Качественные показатели:

* Автор ВКР определяет тип своей работы:
  + теоретическое исследование – получение нового знания
  + практическая разработка – решение для конкретной ситуации
  + проектная работа – создание нового объекта (модель, прототип)
* Введение ВКР в основном соответствует требованиям к понятийному аппарату исследования:
  + актуальность и степень изученности темы
  + проблема и гипотеза исследования
  + объект и предмет исследования
  + цели и задачи исследования
  + теоретическое, эмпирическое и методическое обоснование
  + новизна полученного результата (новое знание, решение или объект):
    - эмоциональная – дана *оценка* через сравнение
    - информационная – результат обоснован актуальным *анализом*
    - методическая – есть ретроспектива и прогноз *изменений*
* Тема ВКР раскрыта – тема рассматривается как вопрос в утвердительной форме, ответом на который является результат исследования. Три базовых варианта раскрытия темы:
  1. констатация – подтверждение через сопоставление разной информации
  2. интерпретация – есть критический анализ и мнение автора
  3. рекомендация – описание действия для создания изменений

# **Примерная тематика выпускной квалификационной работы**

***Теоретические ВКР***

1. Концепция темных медиа Ю. Такера (на примере …).
2. Медиастратегии цифрового капитализма К. Фукса (на примере …).
3. Медиастратегии капитализма платформ Н. Срничека (на примере …).
4. Сетевые медиа в концепции коммуникативного капитализма Д. Дин (на примере …).
5. Медиастратегии надзорного капитализма Ш. Зубофф (на примере …).
6. Концепция тактических медиа Г. Ловинка (на примере …).
7. Медиастратегии экскоммуникации А. Галлоуэя (на примере …).
8. Концепция свирепых медиа М. Уорка (на примере …).
9. Концепция власти коммуникации М. Кастельса (на примере …).
10. Медиастратегии пространственных и временных медиа Г. Инниса (на примере …).
11. Концепция горячих и холодных медиа М. Маклюэна (на примере …).
12. Тренды в медиакультуре современной России (или других стран)
13. Медиакультура как новая мифология в современном обществе (на примере …).
14. Методы творческого мышления в планировании коммуникационных активностей (на примере …).
15. Информационно-коммуникативные технологии для планирования коммуникационных активностей (на примере …).
16. Информационно-коммуникативные технологии для мониторинга и контроля коммуникационных активностей (на примере …).
17. Долгосрочные перспективы цифровой коммуникации (на примере …).
18. Технология больших данных (big data) и глубинного анализа данных (data mining) в информационной работе (на примере …).
19. Генерация текстов искусственным интеллектом: проблемы и перспективы (на примере …).
20. Медиаархеология: ретроспектива медиа (на примере …).
21. Медиафутуризм: перспектива медиа (на примере …).
22. Традиционные бизнес-модели медиа: история и перспектива (на примере …).
23. Инновационные бизнес-модели медиа: эксперименты и перспективы (на примере …).
24. Бренды в культурной войне (на примере …).
25. Антибрендинг как тренд: концепции и практики (на примере …).
26. Возможности и ограничения персонального бренда в современной коммуникации (на примере …).

***Практические ВКР***

1. Инновационные практики собственных медиаканалов (owned media) на примере …
2. Инновационные практики платных медиаканалов (paid media) на примере …
3. Инновационные практики заработанных медиаканалов (earned media) на примере …
4. Инновационные практики вирусных медиаканалов (shared media) на примере …
5. Правовое регулирование производства контента (на примере …).
6. Тренды в производстве аудиовизуального контента (на примере …).
7. Тренды в производстве интерактивного контента (на примере …).
8. Тренды в производстве событийного контента (на примере …).
9. Новые форматы интегративных медиасобытий (на примере …).
10. Виртуальные собеседники: возможности и ограничения (на примере …).
11. Моделирование пространства коммуникации: AR, VR, XR (на примере …).
12. Технология управления творческим проектом (на примере …).
13. Коммуникационный аудит (на примере …).
14. Медиааудит (на примере …).
15. Инструменты комьюнити-менеджмента (на примере …).
16. Пользовательское сообщество как инструмент продвижения бренда (на примере …).
17. Возможности и ограничения маркетинга в социальных медиа (SMM) на примере …
18. Управление рисками в партнерской интеграции бренда (на примере …).
19. Медиапроекты с лидерами мнений: опыт и тренды (на примере …).
20. Организация работы бренд-медиа (на примере …).
21. Тренды бренд-журналистики (на примере …).
22. Организация партнерского проекта (на примере …).
23. Новые практики в организации прямых коммуникаций бренда (на примере …).

***Проектные ВКР***

1. Создание нового формата медиапродукта: текстовый контент (на примере…).
2. Создание нового формата медиапродукта: аудиальный контент (на примере…).
3. Создание нового формата медиапродукта: визуальный контент (на примере…).
4. Создание нового формата медиапродукта: аудиовизуальный контент (на примере…).
5. Создание нового формата медиапродукта: мультимедийный контент (на примере…).
6. Создание нового формата медиапродукта: интерактивный контент (на примере…).
7. Создание нового формата медиапродукта: событийный контент (на примере…).
8. Организация проекта с лидерами мнений: мегаинфлюенсер (на примере…).
9. Организация проекта с лидерами мнений: наноинфлюенсер (на примере…).
10. Организация проекта с лидерами мнений: виртуальный инфлюенсер (на примере…).
11. Организация проекта с лидерами мнений: блогер рыночной ниши (на примере…).
12. Организация проекта с лидерами мнений: блогер тематической ниши (на примере…).
13. Организация проекта с лидерами мнений: селебрити (на примере…).
14. Организация проекта с лидерами мнений: амбассадор бренда (на примере…).
15. Организация работы медиа: аудиоподкаст (на примере…).
16. Организация работы медиа: видеоподкаст (на примере…).
17. Организация работы медиа: журнал (на примере…).
18. Организация работы медиа: канал в мессенджере (на примере…).

# **Шаблон заявления на выполнение ВКР**

Заведующему кафедрой массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

И.Н. Молодцову

студента \_\_\_ курса, группа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ФИО)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу разрешить мне выполнить выпускную квалификационную работу на тему:

«\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»\_

и назначить научным руководителем \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_ г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись обучающегося)

Телефон обучающегося:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E-mail обучающегося:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Согласовано:

Руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (должность, ФИО)

«\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_ г.

Заведующий кафедры массовых коммуникаций

и медиабизнеса \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.Н. Молодцов

«\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_ г.

# **Титульный лист ВКР**

|  |  |
| --- | --- |
| ФИНУНИВЕРСИТЕТ | УТВЕРЖДАЮ |
| Кафедра массовых коммуникаций  и медиабизнеса | Руководитель ВКР  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (должность, уч. степень, уч.звание) |
|  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (подпись) (И.О. Фамилия) |
|  | « » \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_ г. |

**ПЛАН – ЗАДАНИЕ**

**на выпускную квалификационную работу**

обучающегося\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество)

Тема выпускной квалификационной работы

«\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

закреплена приказом Финуниверситета от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_\_\_

Целевая установка:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.1.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2.1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дополнительные рекомендации руководителя ВКР по проведению исследования:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись обучающегося И.О. Фамилия обучающегося

# **Титульный лист ВКР**

Федеральное государственное образовательное бюджетное

учреждение высшего образования

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**

**(Финансовый университет)**

Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса

Выпускная квалификационная работа

на тему «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: «Реклама и связи с общественностью»

Выполнил обучающийся учебной группы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество полностью) (подпись)

Руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ученая степень и/или звание)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество полностью) (подпись)

**ВКР соответствует предъявляемым**

**требованиям\_**

Заведующий кафедрой:

к.полит.н., доцент

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Молодцов И.Н.

(подпись)

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Москва – 202\_\_ г.

# **Шаблон отзыва руководителя ВКР**

Федеральное государственное образовательное бюджетное

учреждение высшего образования

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**

**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ**

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

Обучающийся\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Наименование темы: «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Руководитель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*\_\_\_\_ (имя, отчество, фамилия, должность, ученое звание, ученая степень)*

1. Соответствие заявленной цели и задач теме ВКР:

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

2. Соответствие полученных результатов заявленной цели и задачам:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. Доля (%) заимствований ВКР:

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

9. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

*Существенных недостатков нет / Перечисление недостатков.*

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

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

*Ученая степень, ученое звание руководителя*

*ФИО руководителя*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись руководителя)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 202\_\_ г.