Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания
по написанию выпускной квалификационной работы для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

квалификация (степень) - магистр

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABB04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

Москва
2025

Содержание

Введение 3

1. Требования к содержанию и структуре выпускной квалификационной работы (ВКР)……..... 3

1.1. Основные требования к ВКР…….. 3

1.2. Направления исследований в рамках выпускных квалификационных работ по направлению «Реклама и связи с общественностью»…….……..... 4

1.3. Роль научного руководителя в подготовке магистров к написанию и защите ВКР……..…… 6

1.4. Содержание и этапы процесса выполнения выпускной квалификационной работы…… 7

1.5. Оформление текстовой части выпускной квалификационной работы…… 8

1.6. Оформление формул и расчетов, рисунков и таблиц…… 9

1.7. Оформление списка использованных источников и приложений…….. 10

2. Рекомендации по подготовке к защите выпускной квалификационной работы…….…… 13

2.1.Порядок защиты выпускной квалификационной работы…… 13

2.2. Критерии оценки по итогам защиты выпускной квалификационной работы…… 13

Приложения……... 15

Введение

Итоговая (государственная) аттестация магистров является завершающим этапом подготовки специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Итоговая (государственная) аттестация магистров представляет собой защиту выпускной квалификационной работы по одной из актуальных тем по анализу деятельности PR- и рекламных отделов коммерческих организаций (как государственных, так и частных); PR- и рекламных агентств Москвы и других городов, редакций печатных периодических и специализированных изданий; радиостанций; телеканалов; информационных агентств; редакций интернет-сайтов и интернет-порталов, порталов; пресс-служб предприятий и организаций.

Цель методических указаний - оказать помощь магистрам в написании выпускных квалификационных работ и успешной их защите в Государственной экзаменационной комиссии (ГЭК).

В Методических рекомендациях определены общие требования к структуре, содержанию и оформлению ВКР, отражены вопросы руководства и контроля за их выполнением кафедрой.

1. Требования к содержанию и структуре выпускной квалификационной работы (ВКР)

1.1. Основные требования

Выпускная квалификационная работа является заключительным исследованием выпускника МОСКОВСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО УНИВЕРСИТЕТА, на основе которого Итоговая экзаменационная комиссия выносит решение о присвоении квалификации (магистр) по направлению подготовки и выдаче диплома государственного образца при условии успешной защиты ВКР.

Магистерская работа выполняется в соответствии с требованием кафедры и имеет своей целью систематизацию, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по направлению Реклама и связи с общественностью, развитие навыков ведения самостоятельной научно-практической исследовательской работы, а также свидетельствует о формировании общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику решать профессиональные задачи.

При защите выпускной квалификационной работы выпускник должен проявить: теоретические знания, практические навыки и умение владеть методами менеджмента организации, анализа; использовать научные методы и компьютерные технологии при разработке, принятии и реализации управленческих решений на макро- и микроуровнях управления; достойно отстаивать свою точку зрения, делать обоснованные выводы и предложения.

Сроки выполнения ВКР, порядок их защиты, критерии оценки утверждаются кафедрой Рекламы и связей с общественностью.

Магистранту-выпускнику предоставляется право самостоятельного выбора темы выпускной работы. Выбор темы ВКР является важным этапом и во многом определяет успех ее написания и защиты. Правильный выбор темы создает необходимые предпосылки для заинтересованной работы выпускника, его удовлетворенности ходом работы и полученными результатами, оказывает положительное влияние на уровень профессиональной подготовки магистранта.

Тема выпускной квалификационной работы, ее цель должны соответствовать экономической и политической стратегии развития государства, решению современных проблем развития государства.

ВКР выполняется на основе конкретных материалов, собранных магистрантами на месте их преддипломной практики.

Рекомендуемый перечень тематических направлений исследований ежегодно актуализируются преподавателями кафедры.

1.2. Направления исследований в рамках выпускных квалификационных работ по направлению: «Реклама и связи с общественностью»[1].

1. Совершенствование деятельности директора рекламного или PR-агентства (или сотрудника соответствующей должности: медиапланера, медиабаинга, креативного директора, арт-менеджера-директора, по работе с клиентами, по проектам, продакт-менеджера, копирайтера, дизайнера (веб-дизайнера, графического дизайнера) в традиционных и цифровой среде (на рынках и областях, продуктах, услугах) на примерах работы «агентства».
2. Управление творческими коллективами/творческим подразделением/креативным отделом, арт-направлением в рекламном агентстве.
3. Создание (совершенствование работы) коммуникационного агентства или профильного подразделения в компании или в медиаструктуре (на примере отдела по управлению проектами; отдела медиапланирования/баингового/креативного отдела/диджитал-маркетинга и т.п.);
4. Разработка бизнес-плана для создания рекламной структуры.
5. Организация и управление (рекламной и PR деятельностью) креативными бутиками (hot-shops).
6. Организация (управление, совершенствование) интегративной работы с клиентами в международном рекламном агентстве.
7. Оптимизация коммуникационной политики в работе с клиентами/рекламодателями в рекламном агентстве
8. Взаимодействие (организация, совершенствование управления коммуникаций) с общественными и международными организациями рекламного агентства.
9. Организация (совершенствование, управление) рекламной деятельности (деятельности по связям с общественностью) в компании на российском рынке.
10. Коммуникационный менеджмент (совершенствование, управление) в рекламных структурах организации (на примере рекламного агентства или отдела/подразделения рекламы/PR).
11. Организация промо-мероприятий (совершенствование, управление) для торгового предприятия / торговой марки.
12. Планирование омниканальной рекламной кампании (совершенствование, управление) в диджитал-среде (или определенный носитель) (на примере торговой марки).
13. Организация специальных мероприйтий на рынке (…) для торговой марки или компании.
14. Организация корпоративных мероприятий как элемента корпоративной культуры в организации.
15. Оптимизация (совершенствование) внутрикорпоративных (внутренних) коммуникаций в компании.
16. Совершенствование корпоративных медиа как элемент внутренней коммуникации или инструмента конкурентного преимущества.
17. Разработка стратегии управления портфелем торговых марок компании.
18. Организация (совершенствование, управление) системы коммуникаций для компании в российском сегменте медиа.
19. Планирование/организация/совершенствование промо-мероприятия (ивенты, культурного, спортивного, зрелищного события) для продвижения торговой марки на рынке.
20. Совершенствование рекламными/пиар/диджитал коммуникациями для сетевых магазинов.
21. Совершенствование (формирование, эффективность) системы коммуникаций на выставке.

[1] Примерная тематика ВКР ежегодно подлежит уточнению

22. Совершенствование репутации торговой марки или кампании.
23. Совершенствование креативными процессами в рекламных/пиар структурах.
24. Совершенствование коммуникациями с потребителями в компании с помощью диджитал-маркетинга.
25. Совершенствование корпоративной репутацией методами паблик рилейшнз.
26. Совершенствование коммуникациями с потребителем с помощью упаковки для торговой марки.
27. Совершенствование создание бренда на арт рынке/музыкальном рынке/спортивном рынке.
28. Совершенствование участия/стенда на выставке.
29. Совершенствование деловой программы на выставке.
30. Совершенствование международных выставочных проектов.
31. Управление (совершенствование) потребительской мотивацией с помощью художественно-выразительных средств в рекламных коммуникациях (на примере торговой марки или при выходе на международный рынок).
32. Совершенствование системы продвижения в индустрии моды.
33. Управление (совершенствование) поведением покупателя в торговом зале с помощью маркетинговых коммуникаций.
34. Совершенствование коммуникаций социальных проектов или спонсорских программ для компаний.
35. Управление медиа-агентствами в цифровой среде.
36. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) торговой марки (международного события в области культуры, спорта, искусства) на российском рынке.
37. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) на основе коммуникационного/рекламного проекта/ креативной концепции/ брифа/ продукта (рекламный ролик в цифровой среде, на ТВ, радио, печатная, наружная, мобильная, брендбук и пр. реклама и PR-продукты и проекты). Разработка/ формирование фирменного стиля компании.
38. Разработка программы ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных/интеграционных проектов (как фактора конкурентного преимущества/ инструмента в конкурентной борьбе/ стимулирования сбыта).
39. Разработка программы коммуникаций для создания конкурентного преимущества торговой марки/ компании или на рынке.
40. Создание конкурентных преимуществ для торговой марки с помощью интегрированных коммуникаций/ ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных проектов.
41. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, коммуникационной кампании) российской торговой марки на международном рынке.
42. Разработка (совершенствование, управление) рекламной стратегии/ платформы бренда/ медиаплана для размещения (на канале) для торговой марки.
43. Разработка спонсорского пакета для мероприятия (события) в области культуры, спорта, искусства (и т. п.)
44. Разработка (совершенствование) внутренних информационных ресурсов для компании.
45. Разработка (управление) программ лояльностей для мультибрендового ритейла.
46. Разработка (совершенствование) инновационных методов сбора информации на рекламном рынке.
47. Разработка (совершенствование) коммуникационного обеспечения франшизы международной марки.
48. Повышение (совершенствование) эффективности коммуникационных программ с помощью кросс-промоушена и интеграций с блогерами.
49. Формирование (совершенствование) имиджа марки с помощью цифровых коммуникативных решений.

50. Разработка (совершенствование, управление) проекта диджитал-коммуникаций для торговой марки.
51. Повышение эффективности коммуникационных программ с помощью цифровых инструментов.
52. Разработка (совершенствование) рекламной кампании в сети Интернет.
53. Оптимизация (совершенствование) сайта как коммуникационного ресурса компании.
54. Продвижение (совершенствование) рекламного агентства (торговой марки) в цифровой среде.
55. Продвижение (совершенствование) бренда/торговой марки через социальные сети.
56. Формирование (совершенствование) арт-рынка с помощью диджитал-коммуникаций.
57. Оценка (совершенствование) эффективности коммуникационной/ рекламной кампании в сети Интернет.
58. Формирование (управление) целевой аудитории при планировании и реализации коммуникационной программы/проекта (PR/рекламной).
59. Разработка (совершенствование) коммуникационной стратегии персоны в шоу-бизнесе.
60. Продвижение индивидуального музыкального проекта (продукта) на рынке средствами рекламы и PR.
61. Совершенствование комплекса интегрированных коммуникаций на рынке «Х».
62. Совершенствование имиджа торговой марки с помощью ребрендинга.
63. Внедрение (совершенствование) игровых форм рекламных коммуникаций.
64. Продвижение торговых марок через спонсорство/поддержку (спорта, культуры, искусство, благотворительность).
65. Совершенствование диджитал-технологий рекламной коммуникации.

Преподаватели кафедры проводят консультации с магистрантами, на которых подробно рассматриваются вопросы подготовки выпускной квалификационной работы и оказывают помощь магистрантам, информируя их о:

-сроках подготовки, выполнения, оформления, представления на кафедру и защиты выпускной квалификационной работы;

-источниках, которые должны быть использованы при написании работы;

-сроках формулировки тем ВКР, а также осуществляют контроль за всеми изменениями в заявлении магистранта об утверждении темы ВКР, научного руководителя;

После согласования окончательного варианта темы выпускной работы и заверения подписями магистранта и научного руководителя соответствующего заявления, темы ВКР утверждаются кафедрой рекламы и связей с общественностью и вносятся в приказ об утверждении тем ВКР магистров направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

1.3. Роль научного руководителя в подготовке магистров к написанию и защите ВКР

После выбора темы магистрант подает заявление (Приложение 1) с просьбой утверждения темы на имя заведующего выпускающей кафедры, содержащее полное название темы ВКР, и представляет план работы. По представленным заявлениям кафедра производит закрепление руководителей ВКР.

Научными руководителями магистрантов являются профессора или доценты ММУ.

После назначения научного руководителя магистрант обсуждает с ним тему ВКР. Окончательная формулировка темы утверждается приказом ректора университета, после чего любые изменения в название темы вносятся отдельным приказом по личному заявлению магистранта.

Магистрант работает над ВКР в соответствии с заданием (Приложение 2), подписанным руководителем и магистрантом. В процессе написания ВКР магистрант должен регулярно консультироваться с научным руководителем. Консультации могут проходить в очной форме, посредством телекоммуникационных и информационных технологий. Научный

руководитель ставит календарные сроки этапов выполнения ВКР, осуществляет контроль за ходом подготовки ВКР, проверку завершенной работы, подготовку отзыва о работе магистранта в период выполнения ВКР, оказывает помощь в подготовке к защите.

Выпускная квалификационная работа является самостоятельным исследованием, автором которого является магистрант, он несет полную ответственность за представленную к защите работу, достоверность содержащихся в ней сведений, статистических данных.

После проверки ВКР научный руководитель дает свое разрешение на допуск к защите в форме письменного отзыва, текст которого прикладывается к работе. В отзыве оценивается работа магистранта в период написания ВКР, его трудолюбие, подготовленность, знание нормативно-правовых документов и т.п.

Законченная магистерская работа предоставляется научному руководителю в электронном виде для проверки в системе «Антиплагиат».

Готовая выпускная квалификационная работа вместе с отзывом научного руководителя и отчетом проверки на антиплагиат предоставляется магистрантом на кафедру для подписи заведующего кафедрой.

1.4. Требования к содержанию и структуре выпускной квалификационной работы

Содержание и структура работы

Кафедра рекламы и связей с общественностью рекомендует следующую структуру выпускной квалификационной работы:

1) титульный лист (Приложение 3);
2) содержание;
3) введение;
4) основной текст работы (3 главы);
5) заключение;
6) список использованных источников и литературы;
7) приложения.

Содержание глав должно раскрывать тему ВКР. Каждая глава разбивается на два-три параграфа. Название главы не должно дублировать название темы, а название параграфа - название глав. Каждую главу рекомендуется завершать краткими выводами, при этом выводы не должны выделяться в отдельный параграф главы.

Объем выпускной квалификационной работы магистра должен составлять 70-90 страниц текста, набранного на компьютере (без учета приложений).

Примерный объем структурных частей выпускной квалификационной работы (в процентах к общему объему основного текста):

- введение – 3-5%,
- первая глава – 30%,
- вторая глава – 30%,
- третья глава – 30 %
- заключение – 3-5%.

Во ***Введении*** обосновывается выбор темы, характеризуется ее актуальность, определяются цели, задачи, объект, предмет и методы исследования.

Местом апробации исследования могут быть: PR- и рекламные отделы коммерческих организаций (как государственных, так и частных); PR- и рекламные агентства Москвы и других городов, редакции печатных периодических и специализированных изданий; радиостанции; телеканалы; информационные агентства; редакции интернет-сайтов, порталов; пресс-службы предприятий и организаций.

Объект и предмет определяются темой исследования.

Первая глава носит теоретический характер. В ней раскрывается существующий в литературе дискуссионный материал, а также должна быть рассмотрена нормативная правовая база по существу рассматриваемого вопроса.

Вторая глава является практической. В ней магистрант анализирует собранный им эмпирический материал, выявляет проблемы и может предложить рекомендации по их решению.

Анализ состояния объекта должен включать выявление особенностей, определение тенденций и закономерностей развития исследуемой проблематики, позитивных и негативных причин и факторов, обусловливающих его современное положение изучаемого вопроса.

Глава должна содержать иллюстративный материал (графики, диаграммы, расчеты и т.п).

Третья глава ВКР чаще всего представляет собой обоснование автором разработанных им алгоритмов решения проблемы и включает в себя совокупность конкретных практических рекомендаций, направленных на повышение эффективности деятельности (в зависимости от темы исследования). В ряде случаев целесообразно при обосновании практических рекомендаций использовать различные расчеты, разрабатывать и сравнивать различные сценарии развития событий, предлагать свои критерии экономической и социальной эффективности.

В ***заключении*** кратко указываются основные этапы исследования, отражаются его результаты, полученные магистрантом, важнейшие практические предложения, содержащиеся в выпускной квалификационной работе.

Выводы и рекомендации, предлагаемые в выпускной квалификационной работе, должны быть обоснованы и убедительно аргументированы.

Основные этапы выполнения ВКР

Кафедрой рекомендуется следующая последовательность выполнения ВКР:

– подготовка плана и определение структуры;
– подбор литературы и нормативной документации, законодательных актов;
– подбор конкретного фактического, информационно-аналитического материала во время прохождения преддипломной практики;
– обобщение, систематизация собранного материала;
– анализ конкретного фактического материала;
– выполнение оценочных и прогнозных расчетов по перспективам развития объекта управления;
– разработка предложений и мероприятий по улучшению системы управления объекта;
– выводы и предложения по проблемам, рассматриваемым в работе;
– оформление работы;
– проверка работы в системе «Антиплагиат» в ММУ;
– сдача готовой ВКР в электронном виде в библиотеку ММУ.

Оформленная выпускная квалификационная работа должна быть переплетена. Переплетенная магистерская работа, подписанная магистрантом, передается научному руководителю для окончательного контроля и подготовки отзыва (Приложение 6). Отзыв научного руководителя, отчет о проверке в системе «Антиплагиат», а также заявление о проверке в системе «Антиплагиат» (Приложение 7) прикладываются к работе в отдельном файле. На кафедру работа предоставляется в печатном виде.

Выпускные квалификационные работы по программам магистратуры также подлежат рецензированию. Для проведения рецензирования выпускная квалификационная работа направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками университета, либо организации, в которой выполнена выпускная квалификационная работа. Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет в организацию письменную рецензию на указанную работу.

1.5. Оформление текстовой части выпускной квалификационной работы

Текст выпускной квалификационной работы должен быть набран на компьютере шрифтом Times New Roman размером 14 пт. с использованием текстового редактора Microsoft

Word, либо аналогичным по размеру и типу шрифтом при использовании других текстовых редакторов на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297мм), используя полуторный межстрочный интервал.

Шрифт, используемый в иллюстративном материале (таблицы, графики, диаграммы и т.п.), при необходимости может быть меньше основного, но не менее 10 пт.

Поля страницы должны быть следующие:

- левое поле - 30 мм;
- правое поле -10 мм;
- верхнее поле - 20 мм;
- нижнее поле - 20 мм.

Каждый абзац должен начинаться с красной строки. Отступ абзаца – 1,25 см от левой границы текста.

Сноски и подстрочные примечания помещаются в нижней части соответствующей страницы и заканчиваются до границы нижнего поля. Все страницы, за исключением приложений выпускной квалификационной работы должны быть пронумерованы. Нумерация проставляется внизу страницы в правом нижнем или верхнем углу.

Первой страницей считается титульный лист, на котором номер страницы не проставляется. Образец оформления титульного листа приведен в Приложении 3. После титульного листа прошивается задание на ВКР, которое не нумеруется.

Нумерация начинается со второй страницы выпускной квалификационной работы - **Содержание.** Номера страниц проставляются в правом нижнем или верхнем углу, с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту работы.

Содержание ВКР должно включать введение, названия глав и параграфов, заключение, список использованных источников и литературы, приложения с указанием страниц, с которых они начинаются (Приложение 4). Заголовки в содержании должны полностью соответствовать заголовкам глав и параграфов в тексте работы. Введение, каждая новая глава, заключение, список использованных источников и литературы, приложения начинаются с новой страницы, кроме параграфов, которые входят в состав глав. Введение, название глав, параграфов, заключение, список использованных источников и литературы в тексте форматируется по центру и выделяется жирным шрифтом. Точки в названиях глав и параграфов не ставятся.

Параграфы нумеруются арабскими цифрами в пределах главы (1.1,1.2, и т.п.).

После каждой главы необходимо сделать краткие выводы.

1.6. Оформление формул и расчетов, рисунков и таблиц

Помещаемые в текст формулы должны иметь сквозную нумерацию, например, формулы (1, 2 и т.д.). Ссылки в тексте на соответствующие формулы даются в круглых скобках. На следующей строке после формулы ставится слово «где» (без двоеточия после него) и даются пояснения символов, использованных в формуле, в той последовательности, в которой они встречаются в формуле. Пояснения каждого символа даются с новой строки.

Например:

$$Q_i = \frac{P_i}{P_{i0}} \quad (1),$$

где Q_i - показатель конкурентоспособности по i-му параметру;

P_i - величина i–го параметра товара;

P_{i0} – величина i-го параметра для товара-эталона.

Иллюстративный материал (таблицы, графики, рисунки, формулы, схемы и т.д.) включается в выпускную квалификационную работу с целью обеспечения наглядности. Графики, схемы и диаграммы располагаются непосредственно после первого его упоминания в тексте. Ссылки на иллюстративный материал не должны быть отдельным предложением. В тексте работы слова «Таблица» и «Рисунок» не сокращаются, однако, при ссылке на иллюстративный материал эти слова записываются в скобках сокращенно. Например: (табл. 1), (рис. 1).

Шрифт, используемый в таблицах, при необходимости может быть меньше основного, но не менее 10 пт. Используется одинарный межстрочный интервал. Не допускается выделение курсивом или полужирным шрифтом заголовков граф и строк таблиц, а также самих табличных данных.

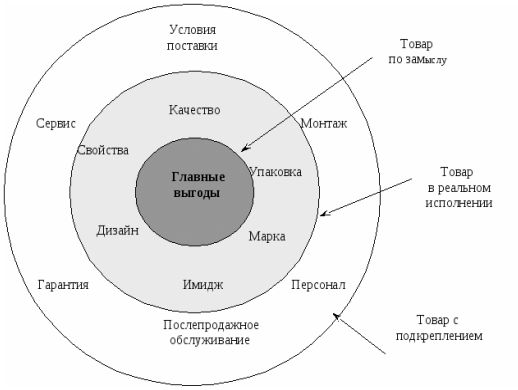

Рис. 1. Трехуровневая концепция продукта

Все таблицы в тексте должны иметь сквозную нумерацию (сквозная нумерация: 1, 2, 3, …, 10). Над таблицей с правого края листа помещается слово «Таблица» и ставится ее порядковый номер (1, 2, 3 и т.п.). Ниже, на следующей строке, указывается название таблицы. Название таблицы должно быть выровнено по центру. Точка в конце названия таблицы не ставится. После названия помещается сама таблица.

Например:

Таблица 1

Анализ внешней среды компании

Факторы	Влияние на деятельность компании
Природно-географический	…
Экономический	…
Демографический	…
Экологический	…
Научно-технический	…

Допускается перенос таблицы на другую страницу.

При переносе части таблицы слово «Таблица» указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием ее номера, а над последней частью — «Окончание таблицы». Шапка таблицы при этом обязательно повторяется.

1.7. Оформление использованных источников и приложений

Список использованных источников и литературы должен содержать не менее 50 наименований источников и оформляется в соответствии с принятым стандартом. Использованные источники указываются в конце работы перед приложениями. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке ВКР и на которые имеются ссылки в работе.

Список использованных источников и литературы указывается в следующем порядке:

- нормативные правовые акты (Конституция РФ, законы РФ, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, подзаконные нормативные акты);
- учебники, монографии, диссертации, статьи;
- Интернет-ресурсы.

Нормативно-правовые акты располагаются по юридической силе (Конституция, ФКЗ, ФЗ, Указы Президента, Постановления Правительства, акты министерств и ведомств и т.д.). Учебники, монографии, диссертации, статьи, Интернет-ресурсы проставляются в алфавитном порядке (авторов или названий). Все использованные источники должны быть пронумерованы арабскими цифрами и иметь сквозную нумерацию по всему списку источников.

Ссылки на литературные источники:

Подстрочные ссылки располагаются в конце каждой страницы. В этом случае для связи с текстом используются цифры. Например: В тексте: Дошедшие до нас памятники, чаще всего представлены летописными сводами[1]

В сноске:

---

[1] Реклама. История возникновения. - М., 2022. - С. 199.

Повторяющиеся сведения. Если в повторяющихся библиографических записях совпадают сведения, то во 2-ой и последних записях их заменяют словами «То же», «Там же».

Затекстовые ссылки оформляются как перечень библиографических записей, помещенных после текста. Связь библиографического списка с текстом осуществляется по номерам записей в списке использованных источников и литературы. Такие номера в тексте работы заключаются в квадратные [ ] скобки, через запятую указываются страницы, где расположена цитата. Цифры в них указывают, под каким номером следует в библиографическом списке искать нужный документ. Например: [34, с.78].

При описании литературного источника следует руководствоваться также использованием трех видов библиографического описания: под именем индивидуального автора, под наименованием коллективного автора, под заглавием.

Описание «под именем индивидуального автора» применяется при описании книг, докладов, статей, диссертаций и т.п., написанных не более чем тремя авторами. В этом случае вначале приводится фамилия автора (фамилии авторов), затем название книги (статьи), затем остальные данные источника (назначение, издательство, объем):

Алексеев, П.В. Введение в PR-деятельность [Текст]: учебное пособие/ П.В. Алексеев. - М.: Проспект, 2021. - 254 с.

Описание «под заглавием» применяется для книг, имеющих более трех авторов, в сборниках произведений различных авторов, книги, в которых автор не указан, а также нормативных документах, справочниках и т.д. В этом случае вначале указывается название источника, затем сведения об авторах и остальные элементы описания источника. Например:

PR в коммерческих организациях [Текст]: учебное пособие /коллектив авторов; под ред. П.П. Иванова – М.: Знания, 2020. – 352 с.

Описание «под наименованием коллективного автора» означает, что в начале описания ставится наименование организации (учреждения) - автора документа, приводится дата и номер документа, а затем название самого документа.

Пример оформления библиографического списка см. в Приложении 5.

В приложениях используются материалы, дополняющие текст работы. Например, использованные для расчетов данные; таблицы и рисунки нестандартного формата (большего,

чем А4) и т.д.

Приложения оформляются после списка использованных источников, последовательно нумеруются арабскими цифрами в правом верхнем углу, например: *«Приложение 1»* и т.д. Страницы приложений не нумеруются. В тексте работы на все приложения должны быть приведены ссылки. Каждое приложение начинается с новой страницы.

2. Рекомендации по подготовке к защите выпускной квалификационной работы

2.1 Порядок защиты выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы осуществляется магистрантом на заседании Итоговой экзаменационной комиссии. Каждому магистранту предоставляется для доклада время в объеме не более 7-10 минут. Магистранту следует составить план своего выступления, который должен включать:

- краткое обоснование актуальности выбранной темы и целесообразности ее освещения в современных условиях (цель, задачи, объект и предмет исследования представляются на слайдах);
- краткое содержание работы с основными выводами.

Магистрант должен подготовить презентацию по выбранной теме или раздаточный материал, согласованные с научным руководителем.

На защите ВКР магистрант может, по своему желанию, представить каждому члену экзаменационной комиссии вместо презентации раздаточный материал, переплетенный в скоросшиватель или папку. Раздаточный материал (формат А4) должен быть тщательно оформлен и отображать схемы, графики, диаграммы, таблицы и другие данные, которые характеризуют результаты исследования.

Каждый слайд презентации и лист раздаточного материала должен содержать:

- заголовок;
- изобразительную часть;
- условные обозначения.

Все слайды презентации должны соответствовать тексту выпускной квалификационной работы. Раздаточный материал должен полностью соответствовать подготовленной презентации.

Членами ГЭК магистранту могут быть заданы вопросы по содержанию выпускной квалификационной работы.

Ответы дипломника на заданные вопросы должны быть краткими и обоснованными, а поведение магистранта обязано соответствовать этике делового общения, то есть должно быть строгим, тактичным и сдержанным.

Дресс-код на защите ВКР должен быть соблюден в соответствии с рангом данного официального мероприятия, которым является защита работы.

Рекомендации для подготовки доклада на защите ВКР приведены в Приложении 2.

2.2. Критерии оценки по итогам защиты выпускной квалификационной работы

По окончании защиты всех магистрантов проводится закрытое совещание членов ГЭК (ИЭК), на котором обсуждаются результаты защиты, и выставляется окончательная оценка за выпускную квалификационную работу по четырехбалльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно).

Оценка «Отлично» выставляется если:

- работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, глубокий комплексный анализ социально-экономического развития объекта исследования, критический разбор эффективности системы управления развитием объекта исследования (либо эффективности деятельности субъекта управления), характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями;
- имеет положительный отзыв научного руководителя;
- магистрант показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения по улучшению системы управления.

Оценка «Хорошо» выставляется за выпускную квалификационную работу, если:

- она носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, достаточно подробный анализ основных показателей и социально-экономического развития исследуемого объекта, структурный разбор эффективности системы управления, характеризуется последовательным изложением материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями;
- она имеет положительный отзыв научного руководителя;
- при защите магистрант показывает знание вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит перспективные предложения по улучшению системы управления, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется за выпускную квалификационную работу, если:

- она носит исследовательский характер, содержит теоретическую основу, базируется на практическом материале, но вместе с тем, имеет непоследовательность изложения материала;
- в отзыве руководителя имеются замечания по содержанию работы и методике анализа;
- при защите магистрант показывает слабые знание вопросов темы и не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется за выпускную квалификационную работу, если при защите магистрант не может ответить на поставленные вопросы по теме, допускает существенные ошибки, к защите не подготовлены презентация или раздаточный материал.

Приложение 1

Заведующему кафедрой рекламы и связей с общественностью
Усову Николаю Владимировичу
(фамилия, имя, отчество)
от магистранта (ки) 3 курса очно-заочной формы обучения
_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)
Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы «_____
_____
_____
_____»

_____
(дата)

_____
(подпись обучающегося)

Контактные данные обучающегося:
Тел.:

Адрес эл. почты:

Утвердить тему ВКР и назначить научным руководителем
_____/_____/_____
(ученая степень, должность) (подпись) (Фамилия И.О.)

Заведующий кафедрой _____/Усов Н.В./
(подпись) (Фамилия И.О.)

«_____»_____ 20___ г.
(дата)

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЗАДАНИЕ
по подготовке
выпускной квалификационной работы

Магистранту _____
(ФИО полностью)

Тема: _____

Основные разделы:
1._____
2._____
3._____

Исходные материалы:

Подпись научного руководителя: _____ / _____
(подпись) **(ученая степень, звание, ФИО)**

Задание принял к исполнению: _____ «____» _____**20__ г.**
(подпись) **(дата)**

Приложение 3

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра рекламы и связей с общественностью

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОГРАММ С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ (НА ПРИМЕРЕ …)

Исполнитель:
магистрант 3 курса очно-заочной формы обучения
Иванов Иван Иванович
Подпись_____

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
Петров Петр Петрович
Подпись_____

Работа допущена к защите
решением заседания кафедры
Зав. кафедрой
_____ /Н.В. Усов/

Москва – 2025

Приложение 4

Содержание

Введение……...3
1. …….....7
1.1 ……..…… 7
1.2 ……..……12
1.3 ……...20
2. ……..……30
2.1 ……..……..30
2.2 …….....43
2.3 ……..……..50
3. ……..
3.1 ……
3.2 ……
Заключение ……..……..
Библиографический список……
Приложения…….

Приложение 5

Библиографический список

Нормативные правовые акты

1. Российская Федерация. Законы. О рекламе в Российской Федерации: Федеральный закон № 38-ФЗ: [принят Государственной думой 22 февраля 2006 года: одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года]. - Москва: Эксмо, 2024. - 80 с.: 12,5 см. - 1200 экз. - ISBN 978-5-04-196002-5. - Текст: непосредственный.

Учебники, монографии, диссертации, статьи

2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е. С. Григорян; Российский университет дружбы народов. Кафедра маркетинга. – Москва: Инфра-М, 2024. – 294 с.: ил.; 22 см. – ISBN 978-5-16-014741-3. – Текст: непосредственный.

3. Андреева, Н. Н. Организация рекламной деятельности в АПК : учебное пособие / Н. Н. Андреева. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Проспект Науки, 2024. - 88 с. - ISBN 978-5-903090-18-1. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/80088.html

Интернет-ресурсы

4. Правительство Российской Федерации; официальный сайг. - Москва. - Обновляется в течение суток. – URL: http://govemment.ru (дата обращения: 19.07.2025). - Текст: электронный.

5. Электронная библиотека: библиотека диссертаций: сайт / Российская государственная библиотека. - URL: http:/diss.rsl.ru/?lang=ru (дата обращения: 20.07.2025). - Режим доступа: для зарегистрир. читателей РГБ. - Текст: электронный.

6. Финансовая отчетность ООО «ДНС Ритейл» https://www.vbr.ru/kontragent/ooo-ДНС Ритейл-riteil-1102540008230/

Приложение 6

Автономная некоммерческая организация высшего образования

«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ОТЗЫВ
научного руководителя на работу магистранта

_____

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Кафедра Рекламы и связей с общественностью
(Фамилия, Имя, Отчество) магистранта
Выпускная квалификационная работа на тему: _____

Научный руководитель _____
(фамилия, имя, отчество, должность, место работы)

Подпись научного руководителя _____

«_____» _____ 2025 г.

Приложение 7

Заведующему кафедрой РСО
(наименование кафедры)
Усову Николаю Владимировичу
АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
_____
(Ф.И.О. зав. кафедрой)
От обучающегося _____
_____
(Ф.И.О.)
Группы _____,
Направления подготовки
_____
(код и наименование)

Заявление

Выпускная квалификационная работа выполнена мною лично под руководством

_____
(ФИО, должность руководителя ВКР)

С фактом проверки вышеуказанной выпускной квалификационной работы с использованием системы «Антиплагиат.вуз» ознакомлен:

_____/_____ _____
(подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Отсутствие в работе изменений, направленных на «обход» алгоритмов проверки системы «Антиплагиат» в соответствии с Положением о порядке организации и проведении проверок на объем заимствования текстов работ, выполняемых в рамках образовательной и научно-исследовательской деятельности в АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», подтверждаю:

_____/_____ _____
(подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Об ответственности, наступающей при обнаружении «обходов» алгоритмов проверки системы «Антиплагиат» в соответствии с Положением о порядке организации и проведении проверок на объем заимствования текстов работ, выполняемых в рамках образовательной и научно-исследовательской деятельности в АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» уведомлен:

_____/_____ _____
(подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Приложение 8

Рекомендации для подготовки доклада на защите ВКР

Доклад необходимо подготовить по следующей схеме:

1. Обращение: Уважаемый Председатель и члены Государственной экзаменационной комиссии! Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему...

2. В двух-трех предложениях дается характеристика *актуальности темы.*

3. *Указывается цель выпускной квалификационной работы* - формулируется цель из введения выпускной работы.

4. Для достижения поставленной цели в работе указаны *следующие задачи...* Задачи исследования формулируются с использованием названий глав. При этом в формулировке должны присутствовать глаголы типа - изучить, рассмотреть, раскрыть, сформулировать, проанализировать, определить и т.п.

5. *Проведенное исследование дает возможность сделать следующие выводы и предложения...* Далее из каждой главы используются выводы или формулировки, характеризующие результаты. Здесь можно демонстрировать плакаты, слайды (если есть). При демонстрации плакатов/слайдов **не следует читать текст**, изображенный на них. Надо только описать изображение в одной-двух фразах. Если демонстрируются графики, то их надо назвать и констатировать тенденции, просматриваемые на графиках. При демонстрации диаграмм обратить внимание на обозначение сегментов, столбцов и т.п. Графический материал должен быть наглядным и понятным со стороны. Текст, сопровождающий диаграммы и гистограммы, должен отражать лишь конкретные выводы. Объем этой части доклада не должен превышать 1,5-2 страницы печатного текста.

6. *Завершается доклад словами:* Доклад окончен, спасибо за внимание!