

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

УТВЕРЖДЕНА
решением ученого совета Института
государственной службы и
управления
Протокол № 1
от «25» августа 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ,
ВКЛЮЧАЮЩАЯ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ**

по направлению подготовки
42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль)
Цифровые коммуникации и новые медиа

Квалификация: Магистратура

Форма обучения: очная

Год набора: 2024

Москва, 2025 г.

Рабочая программа государственной итоговой аттестации (далее – РП ГИА) по образовательной программе Цифровые коммуникации и новые медиа разработана в соответствии с требованиями ОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, уровень магистратура, Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636, и локальными нормативными актами Академии.

Составители:

Абдурашидова Заира Абдурашидовна, кандидат философских наук, доцент кафедры управления культурной политикой Отделения продюсирования и культурной политики факультета журналистики Института государственной службы и управления РАНХиГС

Корнилова Лидия Леонидовна, заведующий Отделением продюсирования и культурной политики Института государственной службы и управления РАНХиГС

Заведующий кафедрой:

Саломатин Алексей Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры управления культурной политикой Отделения продюсирования и культурной политики факультета журналистики Института государственной службы и управления РАНХиГС.

Рабочая программа государственной итоговой аттестации одобрена на заседании кафедры управления культурной политикой Отделения продюсирования и культурной политики факультета журналистики Института государственной службы и управления РАНХиГС протокол № 5/1 6 от «20» мая 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Основные требования к структуре, содержанию и порядку проведения государственной итоговой аттестации.	4
1.1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников.	4
1.2. Место государственной итоговой аттестации в структуре образовательной программы, трудоемкость, формы и сроки проведения.	4
1.3. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации.	4
1.4. Учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации.	4
2. Оценочные материалы государственной итоговой аттестации.	10
2.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы.	10
2.2. Оценочные материалы, шкалы и критерии оценивания ГИА.	12
2.3. Шкалы и критерии оценивания ГИА.	13
Приложение 1. Примерная тематика выпускных квалификационных работ.	16

1. Основные требования к структуре, содержанию и порядку проведения государственной итоговой аттестации.

1.1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников.

Целью государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) является установление соответствия уровня и качества подготовки выпускника Академии к выполнению профессиональных задач и степени сформированности у выпускника компетенций, установленных образовательной программой.

Совокупность компетенций, установленных образовательной программой, должна обеспечивать выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области и (или) сфере профессиональной деятельности.

Задачами ГИА являются:

- проверка уровня сформированности компетенций и степени владения выпускником теоретическими знаниями, умениями и практическими навыками для профессиональной деятельности в соответствии с областью (областями) знаний и (или) сферой (сферами) профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа;
- принятие решения о присвоении квалификации по результатам ГИА и выдаче документа о высшем образовании;
- разработка рекомендаций по совершенствованию подготовки выпускников на основании результатов работы государственной экзаменационной комиссии (далее – ГЭК).

1.2. Место государственной итоговой аттестации в структуре образовательной программы, трудоемкость, формы и сроки проведения.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» в полном объеме относится к обязательной части образовательной программы и включает в себя:

- подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).

Трудоемкость ГИА составляет 6 зачётных единиц (далее – з.е.), в том числе на ВКР – 6 з.е. ГИА проводится в сроки, установленные календарным учебным графиком образовательной программы. Расписание государственных аттестационных испытаний доводится до сведения обучающихся не позднее чем за 1 месяц до начала периода ГИА.

Порядок организации и проведения ГИА регулируется отдельным локальным нормативным актом Академии.

1.3. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации.

Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации предусматривает наличие аудитории для сдачи государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы. Государственный экзамен проходит в аудиториях, предусматривающих наличие рабочих мест для председателя, членов государственной экзаменационной комиссии, секретаря и рабочих мест для обучающихся, допущенных на государственный экзамен. Для защиты выпускной квалификационной работы также требуется аудитория, предусматривающая наличие рабочих мест для председателя и членов государственной экзаменационной комиссии, рабочего места для обучающегося, компьютерной техники с необходимым лицензионным программным обеспечением, мультимедийного проектора, экрана, щитов для размещения наглядного материала.

1.4. Учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации.

Рекомендуемая литература:

Основная литература

Рекомендуемая литература:

Основная литература

- Амири Л. П., Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. — Флинта, 2025. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=465804>
- Богуславская В. В. Теория и практика коммуникации в сфере массмедиа, рекламы, межкультурного взаимодействия. — Ай Пи Ар Медиа, 2025. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/152908.html>
- Бочаров М. П., Чумиков А. Н. Управление коммуникациями. — Дашков и К, 2023. — URL: <https://ibooks.ru/products/393107>
- Бутова А., Ульяновский А. Медиакоммуникации видеохостов: жемчужина story spot в короне из 15 жанров. — Ай Пи Ар Медиа, 2024. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143175.html>
- Векслер А. Ф., Каширских О. Н. Социальная теория и PR. — ВШЭ, 2025. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=462965>
- Викентьева Е. Н., Коннычева Ю. Д., Маркина О. С. и др. Психология массовой коммуникации и рекламы. — Издательство «Прометей», 2023. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=443435>
- Высоцкая И. В. Коммуникативные неудачи в рекламе. — Флинта, 2022. — URL: <https://ibooks.ru/products/385670>
- Высоцкая И. В., Кузнецова А. А. Создавая текст... — Флинта, 2022. — URL: <https://ibooks.ru/products/385669>
- Глущенко О. А., Ким М. Н., Пак Е. М. и др. Конвергентная журналистика: эволюция жанров и инструментов. — Лань, 2025. — URL: <https://e.lanbook.com/book/455690>
- Горина Е. В., Чепкина Э. В. Смысловая структура журналистского текста. — Флинта, 2023. — URL: <https://e.lanbook.com/book/333410>
- Дворянова М. В., Чернов А. В. Профессиональные творческие студии : учебник для вузов. — 2-е изд., пер. и доп. — Юрайт, 2025. — URL: <https://urait.ru/book/professionalnye-tvorcheskie-studii-566311>
- Зверева Е. А., Стрыгина О. А. Авторское право в медиа : учебник для вузов. — Юрайт, 2025. — URL: <https://urait.ru/author-course/avtorskoe-pravo-v-media-581022>
- Кириллова А. А., Куценко Н. Ю., Мисонжниковой М. Б., Смородиной В. А. Феномены медиа: социокультурная и философская реальность. — СПбГУ ГА им. А.А. Новикова, 2024. — URL: <https://e.lanbook.com/book/449372>
- Климова О. В., Плотникова И. Ю. Основы современной издательской деятельности. — Флинта, 2023. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=430918>
- Комаров В. М., Николаева М. А., Рамазанов И. А. Маркетинговые коммуникации. — Дашков и К, 2024. — URL: <https://ibooks.ru/products/396530>
- Копнина Г. А. Речевое манипулирование. — Флинта, 2024. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=468860>
- Круглова М. С. Современные медиакоммуникационные системы. — СГУ, 2023. — URL: <https://e.lanbook.com/book/417194>
- Логинова А. К. Имиджелогия: учебное пособие для вузов. — Лань, 2024. — URL: <https://e.lanbook.com/book/359831>
- Меркушина Е. А., Прохоров А. В., Пядышева Т. Г. Цифровые технологии в сфере медиакоммуникаций. — ТГУ им. Г.Р. Державина, 2023. — URL: <https://e.lanbook.com/book/451694>
- Николайшвили Г. Г. Социальная реклама в комплексе коммуникации. — Дашков и К, 2024. — URL: <https://e.lanbook.com/book/463139>
- Профессиональная этика журналиста цифровой эпохи : учебное пособие для вузов. — (Серия «Учебное пособие»). — Питер, 2025. — URL: <https://ibooks.ru/products/401497>
- Соломин В. Е. Аналитическая журналистика: жанры и форматы современного медиаконтента. — Кемеровский государственный университет, 2023. — URL: <https://e.lanbook.com/book/407732>

Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео. — Юрайт, 2025. — URL: <https://urait.ru/author-course/tehnika-i-tehnologii-reklamnogo-video-566428>

Трищенко Д. А., Трищенко Е. Д. Копирайтинг : учебник для вузов. — Юрайт, 2025. — URL: <https://urait.ru/author-course/kopirayting-566429>

Фейковизация как средство информационной войны в интернет-медиа : научно-практическое пособие. — Проспект, 2023. — URL: http://file.litgid.org/book/allbooks/46733_pdf.pdf

Фортунатов А. Н. Кибергуманизм. Как коммуникативные технологии трансформируют наше общество. — Флинта, 2023. — URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431121>

Чертков А. С. Коммуникационная и PR-стратегия промышленных предприятий: российская практика. — МУИВ, 2024. — URL: <https://e.lanbook.com/book/443093>

Чертков А. С. Стратегия развития региональных государственных медиахолдингов в условиях цифровизации. — МУИВ, 2023. — URL: <https://e.lanbook.com/book/433739>

Чумиков А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебник для вузов. — 2-е изд., пер. и доп. — Юрайт, 2025. — URL: <https://urait.ru/author-course/svyazi-s-obshchestvennostyu-i-mediakommunikacii-564576>

Шаклеин В. М., Ковтуненко И. В. Русская блогосфера: прагматическая и лингвокультурная специфика реализации категории связности : монография. — Флинта, 2023. — URL: <https://e.lanbook.com/book/348167>

Шевкунов А. Н. Средства рекламы : иллюстрированный словарь-справочник. — СурГУ, 2024. — URL: <https://e.lanbook.com/book/422441>

Шарков, Феликс Изосимович. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. - 2-е издание, переработанное и дополненное. - Москва : Дашков и К°, 2009. - 591 с. - ISBN 978-5-394-00299-1.

Шарков, Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник для студентов бакалавриата ВПО, обучающихся по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин . - Москва : Дашков и К°, 2015. - 486 с. - (Учебные издания для бакалавров" / Ин-т мировых цивилизаций). - Библиография: с. 474-485. - ISBN 978-5-394-01185-6 (в пер.).

Дополнительная литература

1. Авдеенко И. А., Шунейко А. А. Коммуникативный менеджмент. — Вузовский учебник, 2024.
2. Абаев А. Л., Евстафьев В. А., Тюков М. А. Креатив в рекламе. — Дашков и К, 2023.
3. Бороздина Г. В. Психология делового общения. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2023.
4. Гудилина С. И. Медийно-информационная грамотность. — Московский педагогический государственный университет, 2023.
5. Давыдкина И. Б. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2022.
6. Дмитриева Л. М. Бренд в современной культуре. — Магистр, 2024.
7. Евстафьев В. А., Тюков М. А. Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе. — Дашков и К, 2023.
8. Левитес Д. Г. Введение в образовательную деятельность. Авторский курс лекций. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2025.
9. Малькевич А. А. Новейшая российская журналистика. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2025.

10. Маркина Ю. В., Хорольский В. В. Зарубежные СМИ сегодня: крупнейшие корпорации и монополистические объединения. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2024.
11. Молчанова О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2022.
12. Редькина Н. С. Основы информационной культуры и информационной безопасности. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2024.
13. Симбирцева Н. А. Специфика культурологической интерпретации: от теории к практике. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2023.
14. Харланова Ю. В. Медиapsихология. — Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2025.
15. Шевченко Д. А. Основы современного маркетинга. — Дашков и К, 2023.
16. Алгави Л. О., Аль-Ханаки Д. А.-Н., Бредихин С. С. и др. Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации. — Издательский центр ЮУрГУ, 2020.
17. Бабына Д. А., Губарь Д. В., Зуйкина К. Л. и др. Онлайн-видео в России: Становление и развитие. — АСПЕКТ ПРЕСС, 2025.
18. Беляева М. А. Практическая подготовка журналистов, специализирующихся на освещении культуры и искусства: учебная программа для вузов. — Директ-Медиа, 2022.
19. Бескромный Д. В., Вайнер В. Л., Гладких Н. Ю. Социальная реклама в комплексе коммуникаций. — Дашков и К, 2025.
20. Герих бизнеса : как создать систему из хаоса: научно-популярное издание. — Альпина ПРО, 2023.
21. Гринберг Т. Э., Евстафьев В. А., Кузьменкова М. А. и др. Стратегические коммуникации. Теория и практика. — АСПЕКТ ПРЕСС, 2023.
22. Жукова И. Н., Лебедько М. Г., Прошина З. Г., Юзефович Н. Г. Словарь терминов межкультурной коммуникации. — Флинта, 2024.
23. Макашова В. В. Правовое регулирование медиа. — АСПЕКТ ПРЕСС, 2022.
24. Трубникова Н. В., Савельева О. О. Российская история рекламы : учебник для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Дашков и К, 2024.
25. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг. — Дашков и К, 2022.
26. Шевченко Д. А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере. — Директ-Медиа, 2022.
27. Алгави Л. О., Аль-Ханаки Д. А.-Н., Бредихин С. С. и др. Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации. — Издательский центр ЮУрГУ, 2020.

Нормативные правовые документы

1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации.
2. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
3. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»
4. Федеральный закон от 08.08.2001 № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»
5. Закон Российской Федерации от 21.07.1993 № 5485-1 «О государственной тайне»
6. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»

7. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»
8. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
9. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
10. Постановление правительства Российской Федерации от 08.12.2011 №1025 "О лицензировании телевизионного вещания и радиовещания"
11. Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»
12. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях
13. Постановление Правительства РФ от 05.03.2011 №150 «О порядке подтверждения полномочий плательщиков страховых взносов в государственные внебюджетные фонды по производству, выпуску в свет (в эфир) и (или) изданию средств массовой информации, а также ведения реестра указанных плательщиков страховых взносов и передачи его в органы контроля за уплатой страховых взносов»
14. Приказ от 29.08.2016 № 218 "О порядке подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям части 5 статьи 321 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации"
15. Приказ от 07.02.2017 №218 "Об утверждении формы заявления об участии в процедуре выбора обязательного общедоступного телеканала субъекта Российской Федерации"

Перечень информационно-справочных систем

- ЭБС "Лань" - <https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/45-ebs-izdatelstva-lan>
- ЭБС "IPR SMART" - <https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/32-ebs-iprbooks>
- ЭБС «Znanium» - <https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/389-znanium>
- ЭБС "ibooks.ru" - <https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/681-ebs-ibooks-ru>
- ЭБС издательства «Юрайт» - <https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/55-ebs-yurajt>
- ЭБС с бизнес-литературой: Электронная библиотека издательства «МИФ» - <https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/969-elektronnaya-biblioteka-izdatelstva-mif>

Перечень профессиональных баз данных

- Медиалогия – <https://www.mlg.ru/>
- Brand Analytics – <https://br-analytics.ru/>
- AdIndex – <https://adindex.ru/>
- LiveDune – <https://livedune.ru/>

2. Оценочные материалы государственной итоговой аттестации.

2.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы.

Совокупность государственных аттестационных испытаний направлена на выявление и установление степени достижения выпускником запланированных результатов освоения образовательной программы – сформированности всех запланированных компетенций.

Перечень и содержание компетенций, которыми должны овладеть выпускники, представлен в Методических материалах к образовательной программе.

В ходе выполнения и защиты выпускной квалификационной работы обучающийся демонстрирует сформированность следующих компетенций:

№ п.п.	Содержание ВКР	Код формируемой компетенции	Ключевой индикатор достижения компетенции	Форма контроля
1	Введение	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Вырабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации	Консультации с научным руководителем
		УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Оценивает ресурсы и определяет способы управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла	
		УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Применяет методы командного взаимодействия для организации работы команды по достижению поставленной цели	
		УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Организует и осуществляет взаимодействие в профессиональной и академической среде, проводит переговоры и владеет современными коммуникативными технологиями	
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Организует межкультурное взаимодействие с учётом этнических, религиозных, гендерных, и возрастных отличий и психофизических особенностей	
		УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Определяет собственные потребности в профессиональном и личностном росте и способы их удовлетворения с использованием возможностей системы непрерывного образования	
2	Разделы ВКР	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией	Осуществляет координацию процесса создания, разработки и менеджмента проекта, потенциально	Консультации с научным руководителем

		медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	способного быть востребованным обществом и индустрией	
		ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании продюсерских проектов.	
		ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания продуктов профессиональной деятельности.	
		ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Использует основные инструменты анализа информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании продюсерских проектов.	
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Создает продюсерские проекты с учетом специфики правовых норм регулирования сферы креативных индустрий, актуальных процессов развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	
3	Заключение	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Отбирает и применяет в профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение, современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение.	Консультации с научным руководителем
		ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Использует принципы социальной ответственности и учитывает этические нормы, принятые профессиональным сообществом, при оценке и прогнозировании результатов продюсерской деятельности.	
4	Подготовленная и оформленная ВКР	ПК-1 Способен разрабатывать и реализовывать программы интернет-продвижения товаров, услуг, компьютерных игр, создавать сайты, заниматься web-	Выявляет требования к системе и подсистеме при разработке и реализации программы интернет-продвижения товаров, услуг.	Предварительная оценка в процессе проведения процедуры

		производством и разработкой приложений для смартфонов		предзащиты ВКР (при наличии)
		ПК-2 Способен управлять интернет-проектами в области масс-медиа, отделами интернет-маркетинга и службами по связям с общественностью	Формализует и документирует требования к системе и подсистеме при управлении интернет-проектами в области масс-медиа, отделами интернет-маркетинга и службами по связям с общественностью	
5	Подготовленная и оформленная ВКР	ПК-3 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиапроизведения	Согласовывает с заказчиком требования к системе и подсистеме при создании востребованных обществом и индустрией медиапроизведения	Окончательная оценка в процессе проведения процедуры защиты ВКР на заседании ГЭК

2.2. Оценочные материалы, шкалы и критерии оценивания ГИА.

Общие требования к выпускной квалификационной работе как оценочному средству:

Формы выпускной квалификационной работы:

Магистерская диссертация представляет собой самостоятельное логически завершенное научное исследование, связанное с решением преимущественно теоретических задач по осваиваемой профессиональной деятельности.

Выпускная квалификационная работа, выполняемая в виде стартапа(далее ВКРС) представляет собой работу в виде описания стартап-проекта, подготовленного, разработанного и (или) реализуемого командой стартап-проекта, демонстрирующего уровень подготовленности каждого выпускника- участника команды стартап-проекта к самостоятельной профессиональной деятельности (в том числе в качестве предпринимателя, по осваиваемому направлению подготовки или специальности), сформированности компетенций, установленных федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования или образовательными стандартами высшего образования, самостоятельно разработанными Академией (далее - образовательные стандарты).

Стартап-проект представляет собой бизнес-проект, который направлен на создание нового продукта, технологии или услуги (продуктовой инновации), обладающий рыночным потенциалом коммерциализации и масштабирования, разработанный и реализуемый в условиях неопределенности в конкурентной среде.

Стартап в рамках ВКРС может представлять собой:

- стартап как бизнес-проект, предполагающий реализацию существующих на данный момент продуктов и (или) оказание услуг;
- технологический стартап - бизнес-проект, основывающийся на технологических инновационных разработках и их коммерциализации;
- стартап в сфере социального предпринимательства - бизнес-проект, направленный на решение задач социального воздействия и (или) способствующий решению социальных проблем общества;
- стартап в сфере креативных индустрий - бизнес-проект, связанный с обладающей потенциалом создания, производства и эксплуатации творческой интеллектуальной собственности. Креативными индустриями являются: деятельность в области исполнительских и визуальных искусств, дизайна, кино, телевидения, медиа, развития культурно-образовательной среды и др.

ВКР может быть выполнена одним обучающимся или несколькими обучающимися данной образовательной программы совместно.

Рекомендуемый объем ВКР (без учета приложений) составляет: 70-90 страниц.

Минимальный рекомендуемый объем ВКРС (без учета приложений) – 60 страниц.

Структура ВКР содержит следующие основные элементы: титульный лист; содержание; обозначения и сокращения (при наличии); введение; основная часть, содержащая в качестве структурного элемента - описание использования цифровых технологий по теме ВКР (за исключением тем ВКР, которые не предполагают применение таких технологий, и с учетом специфики направленности (профиля) образовательной программы); заключение; библиографический список; приложения (при наличии).

Структура ВКРС содержит следующие основные элементы: титульный лист; содержание; обозначения и сокращения (при наличии); введение; основная часть; заключение; список использованных источников и литературы; приложения.

Перечень тем ВКР представлен в Приложении 1 к РП ГИА.

2.3. Шкалы и критерии оценивания ГИА.

По результатам государственной итоговой аттестации выставляется оценка за ВКР.

Результаты государственного аттестационного испытания определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания. В случае получения оценки «неудовлетворительно», обучающийся считается не прошедшим государственное аттестационное испытание.

Критерии оценивания ВКР:

Оценка результата защиты ВКР производится на закрытом заседании ГЭК. За основу принимаются следующие критерии, с учетом степени освоения компетенций, контролируемых на ГЭК:

- обоснованность актуальности и степень раскрытия темы;
- использование цифровых технологий при написании и/или защите ВКР;
- научно-практическая значимость результатов;
- степень соответствия требованиям оформления и представления результатов работы;
- содержательность и логичность доклада;
- точность и полнота ответов на вопросы;
- наглядность представленных результатов исследования в форме слайдов.

Обобщенная оценка защиты ВКР определяется с учетом отзыва научного руководителя.

Шкала оценивания и критерии оценки по результатам защиты выпускной квалификационной работы, соотнесенные с уровнем освоения компетенций:

Цифровое выражение	Словесное выражение	Критерии оценки	Уровень освоения компетенций
5	ОТЛИЧНО	Выбранная тема работы раскрыта в полном объеме и обладает обоснованной актуальностью; При подготовке работы были использованы актуальные материалы по данной проблематике, современные достижения науки и практики в соответствующей области, эмпирические материалы, собранные в ходе практики; Работа содержит детальный анализ проблемы, объекта и предмета исследования, научно-практическую значимость результатов с самостоятельными выводами и рекомендациями;	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал продвинутый уровень сформированности компетенций, предусмотренных образовательной программой

		При написании и защите обучающейся продемонстрировал использование цифровых технологий; Доклад обучающегося содержит актуальность темы работы, характеризует степень разработанности проблематики, раскрывает цели и задачи исследования, описывает основные этапы работы над ВКР, содержит обоснование выводов и рекомендации по совершенствованию предмета исследования; Работа выполнена с соблюдением всех требований, предъявляемых к оформлению ВКР и оригинальности текста; Ответы на вопросы исчерпывающие, свидетельствующие об отличной теоретической и практической подготовке выпускника к профессиональной деятельности	
4	ХОРОШО	Тема раскрыта в основном в полном объеме, но отдельные аспекты требуют более глубокой проработки, актуальность обоснована; При подготовке работы использованы в целом актуальные материалы, однако использование современных достижений науки и практики, а также эмпирических данных недостаточно полное; Проведен анализ проблемы, объекта и предмета исследования. Выводы и рекомендации в основном самостоятельны, но носят несколько общий характер и/или недостаточно детализированы; Доклад отражает ключевые положения работы (актуальность, цели, задачи, выводы); При защите обучающийся в целом продемонстрировал владение материалом, однако ответы на некоторые вопросы комиссии были неполными и потребовали дополнительных разъяснений; Работа в основном соответствует предъявляемым требованиям по оформлению и оригинальности.	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал высокий уровень сформированности компетенций, предусмотренных образовательной программой
3	УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Тема раскрыта не в полном объеме, некоторые ее аспекты остались без внимания, обоснование актуальности носит поверхностный характер. Источниковая база работы недостаточна, устарела или не в полной мере	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал базовый уровень сформированности

		соответствует заявленной проблематике, практическая составляющая развита слабо или отсутствует; Анализ проблемы, объекта и предмета исследования проведен на описательном уровне, без глубины; выводы и рекомендации носят фрагментарный характер, в значительной степени заимствованы из литературных источников без самостоятельной переработки; Доклад структурно представлен, но не отражает в полной мере логики и содержания исследования; Ответы на вопросы вызвали затруднения, демонстрируют слабую ориентацию в материале и недостаточную подготовку к защите; В работе имеются существенные замечания по оформлению и/или оригинальности текста.	компетенций, предусмотренных ОПОП
2	НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Тема работы не раскрыта, актуальность не обоснована или ее обоснование несостоятельно; Использованные материалы неактуальны, не соответствуют теме или их объем критически недостаточен для проведения исследования; Анализ проблемы, объекта и предмета исследования отсутствует или проведен формально, выводы и рекомендации либо отсутствуют, либо не соответствуют поставленным задачам, не имеют научно-практической значимости; Доклад не структурирован, не отражает содержания работы; Обучающийся не смог ответить на базовые вопросы по теме исследования, что свидетельствует о его неподготовленности; Работа выполнена с грубыми нарушениями требований к оформлению и/или не соответствует критериям оригинальности.	Компетенции не сформированы

На основании результатов защиты выпускной квалификационной работы делается заключение об уровне освоения выпускником результатов образовательной программы и готовности к выполнению задач определенных типов профессиональной деятельности.

Приложение 1. Примерная тематика выпускных квалификационных работ.

1. Data science в публичных коммуникациях.
2. Технологии публичных коммуникаций в естественных науках.
3. Ребрендинг некоммерческих организаций (на конкретном примере).
4. Роль эстетического интеллекта в публичных коммуникациях.
5. Технологии консультирования в реализации частно-государственного сотрудничества.
6. Рекламная (PR-кампания) кампания социального проекта (на конкретном примере).
7. Цифровые платформы в политических коммуникациях.
8. SMM-технологии в политических коммуникациях.
9. Построение коммуникации министерства в рамках проекта сервисного государства.
10. Стратегия в построении личного бренда (на конкретном примере).
11. Бюджетная политика в публичных коммуникациях.
12. SMM-технологии в публичных коммуникациях. Анализ кейсов.
13. PR-продвижение в публичных коммуникациях.
14. Использование диджитал-инструментов в публичных коммуникациях.
15. Разработка PR-кампании для некоммерческой организации/государственной организации/личного бренда политика/публичной персоны и т.д.
16. Разработка диджитал-кампании для некоммерческой организации/государственной организации/личного бренда политика/публичной персоны и т.д.
17. Анализ роли мемов в политической коммуникации в Новых медиа.
18. Стратегии использования контента для продвижения региональных культурных проектов.
19. Влияние алгоритмов рекомендаций на формирование медиаповестки.
20. Трансформация жанра интервью в формате коротких вертикальных видео
21. Особенности коммуникации брендов класса «люкс» в социальной сети Pinterest.
22. Использование чат-ботов в службе поддержки клиентов как элемент маркетинговых коммуникаций.
23. Специфика новостного контента в новых медиа: жанры и форматы.
24. Дизайн пользовательского опыта как фактор успеха образовательных медиапроектов.
25. Аудитория подкастов в России: социокультурный портрет и паттерны потребления.
26. Нарративные стратегии в краудфандинговых кампаниях.
27. Визуальный контент в научно-популярных сообществах «ВКонтакте»: особенности и тренды.
28. Продвижение российского кинопроката в социальных сетях: анализ кампаний.
29. Этические аспекты работы с пользовательскими данными в персонализированной рекламе.
30. Роль цифровых платформ в организации гражданских инициатив и флешмобов.
31. Контент-стратегия блогера-путешественника в условиях ограничений на туризм.
32. Анализ дискурса сообществ, посвященных психическому здоровью, в социальных сетях.
33. Специфика коммуникации в голосовых соцсетях.
34. Трансмедийное повествование в продвижении музыкальных исполнителей.
35. Эффективность сторителлинга в корпоративных блогах IT-компаний.
36. Влияние формата «сторис» на вовлеченность аудитории медиа.
37. Динамика развития нишевых видеоблогов (например, о минимализме, осознанном потреблении).

38. Цифровая идентичность современного университета: анализ официальных аккаунтов.
39. Жанры и форматы контента в коммуникации государственных органов с молодежной аудиторией.

Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ для выполнения обучающимися совместно:

1. Разработка и запуск образовательного канала о цифровом этикете.
2. Создание мультиплатформенного цифрового проекта, посвященного киберспорту.
3. Анализ вовлеченности аудитории в сообщества брендов в социальной сети «ВКонтакте».
4. Разработка контент-стратегии для университетского сообщества.
5. Создание и продвижение подкаста о трендах в сфере новых медиа.
6. Исследование алгоритмов рекомендаций и их влияния на потребление контента.
7. Разработка чат-бота для информационной поддержки абитуриентов вуза.
8. Создание интерактивного дашборда для визуализации данных о медиапотреблении.
9. Производство серии видео для видеопортала о цифровом фольклоре и мемах.
10. Анализ нарративов в успешных краудфандинговых кампаниях на российских платформах.
11. Разработка геймифицированного образовательного проекта в социальных сетях.
12. Создание иммерсивного сторителлинг-проекта с использованием инструментов виртуальной реальности.
13. Анализ коммуникационных стратегий IT-компаний в одном из новых медиа.
14. Разработка концепции и прототипа медиапродукта для голосовых ассистентов.
15. Исследование феномена «эхо-камер» в политических каналах в новых медиа.
16. Создание и апробация модели краудсорсингового новостного проекта.
17. Анализ использования пользовательского контента в маркетинге госкорпораций.
18. Разработка цифровой кампании по продвижению городского общественного пространства.
19. Сравнительный анализ эффективности форматов контента в продвижении малого бизнеса.
20. Создание базы данных и ее визуализация по инфлюенсерам в нише устойчивого развития.
21. Проектирование сервиса для мониторинга и анализа цифрового следа бренда.
22. Исследование трансмедийных стратегий при продвижении российских сериалов.
23. Разработка сценария и раскадровки для интерактивного короткометражного фильма.