

**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)
Продюсер креативных индустрий

Квалификация: Магистр

Форма обучения: очная

Год набора: 2024

Москва, 2025 г.

Рабочая программа государственной итоговой аттестации (далее – РП ГИА) по образовательной программе Продюсер креативных индустрий разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, уровень магистратуры, 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.

Составитель:

Аргун Г.Х., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов общественного сектора, директор программ Центра экспериментальных образовательных программ Института государственной службы и управления РАНХиГС

Заведующий кафедрой:

Саломатин А.В., кандидат филологических наук, доцент с возложением обязанностей заведующего кафедрой управления культурной политики отделения продюсирования и культурной политики Института государственной службы и управления РАНХиГС

Рабочая программа государственной итоговой аттестации одобрена на заседании кафедры управления культурной политики отделения продюсирования и культурной политики Института государственной службы и управления РАНХиГС

протокол № 5/1 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.	9
2.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы.	9
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.), 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 защиты выпускной квалификационной работы. Для защиты выпускной квалификационной работы 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

1. История печати: Антология: Т. I / Засурский Я.Н., Варганова Е.Л. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 419 с. (Серия "Классика журналистики")

2. Авдеева О.А. Рынок СМИ в России и зарубежных странах: сравнительный анализ: монография [Электронный ресурс]: монография — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2010.- 180 с. - Режим доступа:
<https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/12837>
3. Баранова, Е. А. Теория и практика современного интервью: учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023 — 158 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14172-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519632> (дата обращения: 06.07.2023).
4. Бобров, А. А. Основы журналистской деятельности: учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Бобров. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017 — 343 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5-534-01162-3. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/F81D042B-9C12-4364-8C9A-BF4EDD68EC87 -ЭБС «Юрайт».
5. Брушкова, Л. А. Социология: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Л. А. Брушкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017 — 362 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00955-2. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/0C83810F-60BE-465D-B8BB-27371020D39B - ЭБС «Юрайт».
6. Путеводитель по саморегулированию сетевых СМИ / Ред. А.Улен и М.Стоун. (2013)
7. 7 интервью о научной журналистике: учеб. пособие / отв. ред. Е. Л. Вартанова, сост. и науч. ред. А. Н. Гуреева. М.: Фак. журн. МГУ, 2016.
8. Андрианова Т. В., Ракитов А. И. Современные тенденции информатизации и медиатизации общества: науч.-аналит. обзор. М.: ИНИОН, 1991.
9. Аникина М. Е. Медиатизация науки глазами исследователей // Осторожно, лженаука! / Под ред. Е. Л. Вартановой. Т. 1. М.: Фак. журн. МГУ, 2015. С. 8–17.
10. Вартанова Е. Л. Медиа в контексте общественных трансформаций: к постановке проблемы // Медиаальманах. 2018. № 1. С. 8–13.
11. Гиллис Дж. Большой адронный коллайдер – суперзвезда // Формула научного PR: практики, кейсы и советы. М., 2014.
12. Горохов В. М., Гуреева А. Н., Самородова Э. В. Корпоративные коммуникации российских вузов в социальных сетях // Медиаальманах. 2018. № 6. С. 34–40.
13. Гринберг Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012.
14. Гуреева А. Н. К вопросу о формировании эффективного имиджа высшего учебного заведения (структура pr-коммуникаций высокорейтинговых американских вузов) // Медиаальманах. 2014. № 5. С. 38–43.
15. Гуреева А. Н. Концептуализация процесса медиатизации в России и за рубежом // Медиаальманах. 2018. № 5. С. 16–21.
16. Гуреева А. Н. Медиакоммуникационная практика российских вузов в новых медиа: социальные сети // Медиаскоп (электронный журнал). 2016. № 3.
17. Гуреева А. Н. Медиатизация научно-образовательной деятельности в Интернете: сайт российского вуза // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 3. С. 58–88.
18. Гуреева А. Н. Междисциплинарность теоретических концепций в российских и зарубежных исследованиях процесса медиатизации // Медиаскоп (электронный журнал). 2017. Т. 4.
19. Гуреева А. Н. Методика проведения мониторинга материалов научной тематики в Российской Федерации в федеральных и региональных СМИ // Популяризация

- науки в России: методики мониторинга СМИ и исследований аудитории: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.1.0010 / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, 2014. С. 7–42.
20. Гуреева А. Н. Социальные сети в составе современных медиакоммуникаций российского вуза // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2015. № 6. С. 148–161.
 21. Гуреева А. Н. Социальные сети как медиакоммуникационный ресурс управления имиджем российского вуза // Медiasкоп (электронный журнал). 2015. № 1. Режим доступа:
 22. Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.
 23. Гуреева А. Н., Муронец О. В., Самородова Э. В., Кузнецова В. С. Корпоративные коммуникации российской высшей школы в социальных сетях: оценка эффективности // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 3. С. 482–503.
 24. Гурова Е. К. Популяризация науки: задачи, стратегии, технологии. Методическое пособие для журналистов: Аналитическое исследование по государственному контракту № 14.597.11.0010. М.: Фак. журн. МГУ, 2017.
 25. Землянова Л. М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2002. № 5. С. 85–97.
 26. Кириллова В. Л. PR в некоммерческом секторе. М., 2015.
 27. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М., 2006.
 28. Коломиец В. П. Медиатизация – социальный тренд // Медиасоциология: теория и практика. М.: НИПКЦ Восход-А, 2014.
 29. Комарова Н. Миф о медиатизированном центре: постдюркгеймианский подход к ритуалу в анализе медиа // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9. № 2. С. 122–133.
 30. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство. М.: Strelka Press, 2014.
 31. Ним Е. Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Т. 23. № 3. С. 8–25.
 32. От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019.
 33. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019.
 34. Павлов С. Н. Управление информацией и общественными связями для создания эффективного имиджа вуза. М.: Академия естествознания, 2011.
 35. Популяризация науки в России: методики мониторинга СМИ и исследований аудитории: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.1.0010 / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, 2014.
 36. Пособие по общественным связям в науке и технологиях / под ред. М. Букки и Б. Тренча; пер. с англ. М.: Альпина нонфикшн, 2018.
 37. Пронина Л. А. Информационная культура как фактор развития информационного общества // Аналитика культурологии. 2008. № 10.
 38. Рогозина И. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: дис. д-ра филол. наук. Барнаул, 2003.
 39. Сагинова О. В. Маркетинг образовательных услуг. М., 2006.
 40. Тарасевич Г. Научная журналистика: содержательная и институциональная // Формула научного PR: практики, кейсы и советы. М., 2014. С. 84–86.

41. Университетские СМИ в системе профессиональных координат. Учеб. пособие / сост. Л. П. Шестеркина. Челябинск:
42. Издательский центр Южно-Уральск. гос. ун-та, 2014.
43. Формула научного пиара. Сборник лучших практик в области научных коммуникаций. СПб: ИТМО, 2016.
44. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М., 2013.

Дополнительная литература

1. Черных А. И. Власть демократии – власть медиа? М.: ГУ ВШЭ, 2007.
2. Шаронов Д. И. О коммуникативном смысле медиатизации // Вестн. ВГУ. Сер. Филология. Журналистика. 2008. № 2. С. 234–239.
3. Шевченко Д. А. Сайт вуза: методика оценки // Социологические исследования. 2014. № 5. С. 143–152.
4. Шилина М. Г. Корпоративная интернет-коммуникация в системе связей с общественностью // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 2. С. 118–131.
5. Шипман М. Научная коммуникация: Руководство для научных пресс-секретарей и журналистов / пер. с англ. М.: Альпина нон-фикшн, 2018.
6. Щербаков А. В. Имидж образовательного учреждения // Справочник руководителя образовательного учреждения. 2008. № 9. С. 39–46.
7. Asp K. (1990) Medialization, media logic and mediarchy // Nordicom Review. 11(2): 47–50.
8. Balashova Yu. B. (2018) Traditions of Science Mediatization in Russia in a Global Context. Newcastle upon Tyne (UK). Cambridge Scholars Publishing.
9. Berger P. L., Luckmann T. (1967) The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge. London: Penguin. Медиакommunikации высшей школы
10. Couldry N. (2008) Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling // New Media & Society. 10: 373–391.
11. Couldry N., Hepp A. (2018) The Mediated Construction of Reality. Polity Press, UK.
12. Deacon D., Stanier J. (2014) Mediatization: key concept or conceptual bandwagon // Media, Culture & Society 36(7): 1032–1044.
13. Dynamics of mediatization: Institutional Change and Everyday Transformations in a Digital Age. (2017) / Driessens O., Bolin G., Hepp A., Hjarvard S. (eds.) Palgrave MacMillan.
14. Gureeva A., Samorodova E., Kuznetsova V. (2020) Media communication activities of Russian universities: Dynamics of the development and evaluation of social network efficiency // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. № 1.
15. Hazelkorn E. (2011) Rankings and the reshaping of higher education: The battle for worldclass excellence. Houndsmills, UK: Palgrave MacMillan.
16. Hepp A. (2014) The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the ‘mediation of everything’ // European Journal of Communication. 29 (1).
17. Hepp A. (2019) Deep mediatization. Routledge.
18. Hjarvard S. (2008) The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change // Nordicom Review. 29(2): 105–134.

19. Krotz F. (2009) Mediatization: a Concept with which to Grasp Media and Societal Change. In K. Lundby (ed.) Mediatization: Concept, Changes, Consequences. New York: Peter Lang.
20. Schultz W. (2004) Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept // European Journal of Communication. 19(1): 87–101.
21. Siapera E. (2011) Understanding New Media. SAGE Publications Ltd.
22. Thompson J. B. (1995) The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Stanford: Stanford University Press.
23. Trench B., Bucchi M. (2010) Science Communication, an Emerging

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"

Перечень информационно-справочных систем

Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»: [https:// www.garant.ru](https://www.garant.ru)

Справочная правовая система «КонсультантПлюс» <https://www.consultant.ru>

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>

Электронная библиотека издательства «МИФ» - <https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/969-elektronnaya-biblioteka-izdatelstva-mif>

ЭБС "Русский как иностранный" - <https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/1036-rki>

Перечень профессиональных баз данных

Базы данных ИНИОН. - <http://www.inion.ru/product/db.htm>
 Федеральная служба государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/>
 Единая межведомственная информационно-статистическая система: <https://www.fedstat.ru/>
 Портал "Электронный бюджет": <https://budget.gov.ru/Главная-страница?regionId=45000000>
 Федеральный портал государственной службы и управленческих кадров
<http://gossluzhba.gov.ru/>
 Информационный канал Государственной Думы http://www.akdi.ru/gd/inf_k.htm
 Информационный канал Конституционного суда России <http://www.akdi.ru/ks>
 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.

Государственная итоговая аттестация 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	Организует и осуществляет взаимодействие в профессиональной и академической среде, проводит переговоры и владеет современными коммуникативными	

		взаимодействия	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	
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	Осуществляет координацию процесса создания, разработки и менеджмента проекта, потенциально 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)	Использует основные инструменты анализа информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании продюсерских проектов.	

		коммуникационные продукты		
2	Разделы ВКР	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных 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 медиакommunikационных систем региона, страны и мира	
		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.	
		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	
		ПКс -1 Способен руководить структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	Организует процесс выпуска в эфир медиапродуктов в сфере креативных индустрий	
		ПКс-2 Способен к продвижению продуктов телерадиовещательных СМИ	Создает и реализует концепцию продвижения продюсерского медиапроекта в сфере креативных индустрий	
		ПКс-3 Способен к оценке рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов	Оценивает рейтинг проекта и оценивает эффективность влияния результатов продвижения медиапроекта на рейтинговые позиции	
		ПКс-4 Способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности	Привлекает денежные средства для создания/покупки медиапродуктов, контролирует соответствие тематической направленности и соблюдение сроков сдачи медиапродуктов	
4	Подготовленная и оформленная ВКР			Предварительная оценка в процессе проведения процедуры предзащиты ВКР

5	Подготовленная и оформленная ВКР	и соблюдения сроков сдачи	в сфере креативных индустрий	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 выставляются: 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; 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;	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал продвинутый уровень сформированности компетенций, предусмотренных образовательной программой

		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 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;	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал базовый уровень сформированности компетенций, предусмотренных ОПОП

		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.	
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. Влияние алгоритмов социальных сетей на формирование медиапотребления и общественного мнения.
2. Экономика внимания: стратегии удержания пользовательского внимания в условиях клипового мышления.
3. Социальные сети как площадка для активизма: роль Хештегов и онлайн-комьюнити в организации социальных движений.
4. Эффективность разных типов блогеров для продвижения брендов.
5. Использование контент-стратегии в мессенджерах.
6. Причины и последствия информационной перегрузки для пользователей социальных сетей.
7. Трансформация новостей, жанр новостей в цифровую эпоху: от классического репортажа к иммерсивным форматам.
8. Перспективы лонгридов и подкастов в эпоху короткого видео.
9. Стратегии построения доверия к медиа в условиях кризиса информации.
10. Нишевые средства массовой информации: модели монетизации и аудиторные стратегии узкотематических онлайн-медиа.
11. Использование игровых механик для вовлечения аудитории в серьезный контент.
12. Медиапроизводство и кинематограф: специфика взаимодействия.
13. Влияние стриминговых платформ на нарративные структуры и форматы сериалов.
14. Трансмедийное повествование: создание единой истории (кино, комиксы, игры, соцсети).
15. Виртуальная реальность и дополненная реальность: новые языки и форматы в документалистике и искусстве.
16. Особенности производства, продвижения и монетизации аудиоконтента в России и мире.
17. "Мемы" как культурный код. Роль интернет-мемов в современной медиасреде и их использование в коммуникации.
18. Эффективность и этические аспекты интеграции рекламы в редакционный контент.
19. Сторителлинг в брендинге: использование техник сторителлинга для построения эмоциональной связи с потребителем.
20. Управление репутацией и стратегии работы с негативными отзывами и кризисными ситуациями в цифровой среде.
21. Тренды в видеомаркетинге, генезис форматов.
22. Использование больших данных для создания таргетированных рекламных сообщений.
23. Теория, философия и социология медиа
24. Влияние медиасреды на общество и мышление человека (в развитие идей Маклюэна).
25. Методы и практики развития критического мышления у аудитории в эпоху фейков.
26. Использование искусственного интеллекта для создания текстов, изображений и видео: вызовы и риски.
27. Социальные и экономические последствия неравенства в доступе к цифровым медиа.
28. Конструирование и презентация самости в социальных сетях.
29. Политическая коммуникация: роль медиа в формировании политической повестки дня и имиджа политиков.

30. Модели монетизации цифровых медиа, анализ их эффективности.
31. Стратегии продвижения и дистрибуции контента на стриминговых платформах.
32. Исследование конкретного сегмента (рынка подкастов или нишевых онлайн-кинотеатров).
33. Эффективное использование нескольких платформ для максимизации охвата и вовлечения.
34. Разработка и реализация продюсерской стратегии для стартапа в сфере образовательных технологий.
35. Управление жизненным циклом мультимедийного продукта
36. Особенности продюсирования иммерсивных проектов в условиях ограниченного бюджета.
37. Риск-менеджмент в кинопроизводстве (или в производстве видеоигр) на этапе пре-продакшена.
38. Сравнительный анализ моделей продюсирования в России и на международном рынке (на примере стриминговых платформ).
39. Особенности создания интерактивного контента: от "Кинотеатра Netflix" до видеоигр
40. Адаптация литературного произведения в формат многосерийного стримингового сериала.
41. Стратегия использования пользовательского контента в продвижении мультимедийного бренда.
42. Тренды в создании контента для социальных сетей и их монетизация.
43. Разработка креативной концепции документального подкаста и стратегия его продвижения на рынке.
44. Выбор и обоснование технологического стека для производства виртуального концерта или мероприятия.
45. Организация удаленного продакшена.
46. Влияние искусственного интеллекта на этапы препродакшена и продакшена мультимедиа.
47. Разработка комплексной маркетинговой стратегии запуска нового подкаста.
48. Модели монетизации мультимедийного контента и анализ их эффективности.

Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ для выполнения обучающимися совместно:

1. Алгоритмы продвижения национального мультимедийного проекта на международный рынок.
2. Использование аналитики больших данных для принятия продюсерских решений о запуске проекта.
3. Управление интеллектуальной собственностью в мультимедийном проекте.
4. Финансовое планирование и прогнозирование доходов от мультиплатформенного контента.
5. Законодательное регулирование рекламы в цифровой среде.
6. Составление и ведение контрактной базы проекта (с авторами, актерами, техническим персоналом).
7. Налоговое планирование для малого продюсерского центра.
8. Анализ аудитории и формирование портрета целевого потребителя для нишевого медиапроекта.

9. Сравнительный анализ бизнес-моделей ведущих стриминговых платформ.
10. Трансформация роли продюсера в эпоху цифровизации и пандемии.