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 «31» августа 2026 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: заочная

Год набора: 2024

Москва, 2026г.

Рабочая программа государственной итоговой аттестации (далее – РП ГИА) по образовательной программе Продюсер креативных индустрий разработана в соответствии с требованиями ОС 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.

Составители:

Корнилова Л.Л., Заведующий отделением продюсирования и культурной политики Института государственной службы и управления РАНХиГС

Аргун Г.Х., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов общественного сектора факультета государственного управления экономикой, 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 Института государственной службы и управления РАНХиГС

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

протокол № 8 (1) от «22» июня 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

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.....11

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. Корнилова Л. Л. Введение в креативные индустрии: учебное пособие / Л.Л. Корнилова, З.А. Абдурашидова, К.А. Мясникова. - Москва : Дело РАНХиГС, 2025. - 104 с. - ISBN 978-5-85006-682-6. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/410595

2. Сумская А. С. Продюсирование в студии продакшн : Краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении: учебное пособие / А.С. Сумская. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2018. - 114 с. - ISBN 978-5-7996-2400-2. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/381773

3. Эль-Бакри Т. В. Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроекты в Интернете: Учеб. пособие. — 2-е изд., испр. и доп. / Т.В. Бакри. - Москва : Аспект Пресс, 2024. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-1306-0. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/395882

4. Эль-Бакри Т. В. Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроекты в Интернете: Учеб. пособие / Т.В. Бакри. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 336 с. - ISBN 978-5-7567-1142-4. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/389522

5. Логунцова И. В. Креативные индустрии в РФ: актуальные практики и перспективы развития : монография / И.В. Логунцова. - Москва : Проспект, 2024. - 112 с. - ISBN 978-5-392-41972-2. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/401655

6. Хриптулов И.В. Креативные индустрии в обществе: исторические аспекты культурного производства: Коллективная монография / И.В. Хриптулов. - Москва : Научный консультант, 2018. - 126 с. - ISBN 978-5-907084-66-7. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/375321

7. Тультаев Т. А. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие / Т.А. Тультаев. - Москва : ЕАОИ, 2024. - 318 с. - ISBN 978-5-374-00537-0. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/394833

8. Нетёсова А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А.В. Сова. - Москва : ЕАОИ, 2024. - 172 с. - ISBN 978-5-374-00504-2. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/394837

9. Шальнова О.А. Коммуникативные аспекты маркетинговой деятельности : учебное пособие для вузов. - 2-е изд. / О.А. Шальнова. - Москва : Дашков и К, 2024. - 202 с. - ISBN 978-5-394-05867-7. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/393077

10. Хоффман Г. Создавая эмоции: Уроки креативности и дизайна впечатлений от экс-директора по маркетингу Nike / Пер. с англ. / Г. Хоффман. - Москва : Альпина, 2023. - 336 с. - ISBN 978-5-9614-7606-4. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/397699/reading

11. Шульц Э. Э. Основы маркетинга / Э.Э. Шульц. - Москва : Проспект, 2022. - 192 с. - ISBN 978-5-392-35655-3. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/387206

12. Хоффман Г. Создавая эмоции: Уроки креативности и дизайна впечатлений от экс-директора по маркетингу Nike / Пер. с англ. / Г. Хоффман. - Москва : Альпина, 2023. - 336 с. - ISBN 978-5-9614-7606-4. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/397699

13. Хамидуллин Н. Р. Социальные изменения в современном мире (глобализация) / Н.Р. Хамидуллин. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2015. - 101 с. - ISBN 978-5-7410-1234-5. - URL: https://www.ibooks.ru/bookshelf/351049/reading

14. Дмитриева, Л. М. Бренд в современной культуре : монография / Л.М. Дмитриева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2025. — 200 с. - ISBN 978-5-9776-0369-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2206796

15. Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 344 с. - ISBN 978-5-4499-3329-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2143828

Дополнительная литература:

1. Эль-Бакри, Т. В. Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроекты в Интернете : учебное пособие / Т. В. Эль-Бакри. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2024. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-1306-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2155142

2. Абдурашидова, З. А. Правовые основы журналистики: учебное пособие / З. А. Абдурашидова, А. Т. Рамазанова. — Москва: Дело, 2025. — 148 c. — ISBN 978-5-85006-681-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/158617.html

3. Сумская, А. С. Продюсирование в студии продакшн : краткий курс истории продюсирования в кино и на телевидении : учебное пособие / А. С. Сумская ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. - Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2018. - 114 с. - ISBN 978-5-7996-2400-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1920274

4. Парсаданова, Т. Н. Продюсирование телевизионного контента. Актуальные проблемы : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство» / Т. Н. Парсаданова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. - 199 с. - (Серия «Продюсерство»). - ISBN 978-5-238-03321-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1359117

5. Ключевская, И. С. Культурно-развлекательные и ивент-мероприятия в гостиницах: современный тренд развития сферы гостеприимства : монография / И.С. Ключевская. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 195 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/2221788. - ISBN 978-5-16-021314-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2221788

6. Ефанов, А. А. Моральные паники как фактор социальных изменений : диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / А.А. Ефанов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 180 с. - ISBN 978-5-16-108726-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1146007

7. Социология социальных изменений и социального порядка : учеб. пособие / Д.О. Труфанов, П.А. Стариков [и др.] ; под науч. ред. Д.Д. Невирко. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 200 с. - ISBN 978-5-7638-3923-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032155

8. Абрамова, С. Б. Методология и методы социологического изучения социальных изменений : учебно-методическое пособие / С. Б. Абрамова, Н. Л. Антонова, А. В. Меренков ; под общ. ред. А. В. Меренкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. - Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2020. - 112 с. - ISBN 978-5-7996-2954-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1942646

9. Проектирование социальных изменений в городской среде: Учебное пособие, - 2-е изд., стер. - Москва :Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 127 с. ISBN 978-5-9765-3137-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/947720

10. Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент : учебник / Т. Д. Синявец. - Омск : Издательство Омского государственного университета, 2023. - 207 с. - ISBN 978-5-7779-2602-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2144412

11. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 655 с. - ISBN 978-5-238-02203-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1028854

12. Щербинин, А. И. Конструирование города-бренда / А.И. Щербинин, Н.Г. Щербинина, А.В. Севостьянов. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 240 с. - ISBN 978-5-7567-0939-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1039481

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 01.06.2005 № 53-ФЗ. О государственном языке Российской Федерации // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2005. — № 23. — Ст. 2199.
8. Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»
9. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
10. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
11. Постановление правительства Российской Федерации от 08.12.2011 №1025 "О лицензировании телевизионного вещания и радиовещания"
12. Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»
13. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях
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

1. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»: https:// www.garant.ru
2. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» https://www.consultant.ru
3. ЭБС «Znanium» - https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/389-znanium
4. ЭБС "ibooks.ru" - https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/681-ebs-ibooks-ru
5. Электронная библиотека издательства «МИФ» - https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/969-elektronnaya-biblioteka-izdatelstva-mif
6. ЭБС "Русский как иностранный" - https://lib.ranepa.ru/ru/informatsionnye-resursy/russkoyazychnye-resursy/1036-rki

Перечень профессиональных баз данных

1. Базы данных ИНИОН. - http://www.inion.ru/product/db.htm
2. Федеральная служба государственной статистики: https://rosstat.gov.ru/
3. Единая межведомственная информационно-статистическая система: https://www.fedstat.ru/
4. Портал "Электронный бюджет": https://budget.gov.ru/Главная-страница?regionId=45000000
5. Федеральный портал государственной службы и управленческих кадров http://gossluzhba.gov.ru/
6. Информационный канал Государственной Думы http://www.akdi.ru/gd/inf_k.htm
7. Информационный канал Конституционного суда России http://www.akdi.ru/ks
8. Президент Российской Федерации: http://kremlin.ru
9. Совет Федерации: http://www.council.gov.ru
10. Государственная Дума: http://www.duma.gov.ru
11. Конституционный суд России: http://ksrf.ru
12. Верховный Суд России: http://www.supcourt.ru
13. Сервер органов государственной власти РФ: http://www.gov.ru
14. Правительство РФ: http://www.government.gov.ru
15. Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации: http://www.ombudsman.gov.ru/
16. Генпрокуратура РФ: www.genproc.gov.ru
17. ГАС «Управление: http://gasu.gov.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 руководителем ВКР
		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	
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)	Осуществляет координацию процесса создания, разработки и менеджмента проекта, потенциально способного быть востребованным обществом и индустрией	

		коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем		
		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.	
2	Разделы ВКР	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	
		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.	
3	Заключение	ПКс-1 способен руководить структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов	Организует процесс выпуска в эфир медиапродуктов в сфере креативных индустрий.	

		телерадиовещательных СМИ		
		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	
4	Подготовленная и оформленная ВКР	ПКс-4 способен к организации работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи	Привлекает денежные средства для создания/покупки медиапродуктов, контролирует соответствие тематической направленности и соблюдение сроков сдачи медиапродуктов в сфере креативных индустрий	Предварительная оценка в процессе проведения процедуры предзащиты ВКР
5	Подготовленная и оформленная ВКР			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:

Виды выпускной квалификационной работы:

научно-исследовательская работа: представляет собой вид ВКР, характеризующий исследовательскую деятельность, осуществляемую на основе теоретического анализа четко обозначенной проблемы, объекта и предмета исследования;

научная статья: самостоятельная работа обучающегося, обосновывающая актуальность и научную значимость проблемы, выбор методов исследования, описание экспериментов, представление собственного вклада обучающегося в результаты исследования, описанные в статье, автором которой является обучающийся, демонстрирующая уровень подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности;

проектная работа: представляет собой вид ВКР, предполагающий разработку конкретного проекта, который будет направлен на решение определённой проблемы и создание нового продукта или услуги в определенной профессиональной сфере.

Проектная работа также может быть выполнена в виде:

стартапа;

общественного проекта;

творческого проекта,

технического проекта;

методической работы;

иной проектной работы по решению директора ИГСУ.

Научно-исследовательский вид ВКР должен выполняться исключительно в индивидуальном порядке. Остальные виды ВКР могут выполняться как индивидуально, так и группой обучающихся совместно.

Отличительными признаками научно-исследовательской работы являются:

наличие четко обозначенной проблемы, объекта, предмета, цели и задачи исследования;

выявление общих закономерностей, принципов, особенностей изучаемого явления путем обработки и интерпретации теоретического материала;

использование теоретических методов исследования;

результатом исследования является выявление общих закономерностей, принципов, особенностей изучаемого явления путем обработки и интерпретации представленного материала.

ВКР в виде научной статьи должна выполняться в индивидуальном порядке, или в соавторстве с научным руководителем, при этом собственный вклад обучающегося в результаты исследования, описанные в статье, должен превалировать.

ВКР в виде научной статьи может быть представлена к защите при следующих условиях:

статья подготовлена и опубликована или принята к публикации за период обучения в Академии (при наличии справки из журнала с указанием номера журнала, в котором планируется опубликовать статью);

к моменту принятия решения о рекомендации защиты ВКР в виде научной статьи статья опубликована или принята к публикации в научных журналах из списка, формируемого управлением наукометрии и рейтингового продвижения Академии и доводимого до сведения обучающихся одновременно с РП ГИА;

статья написана индивидуально или в соавторстве с руководителем ВКР;

обучающийся должен внести ключевой вклад в исследование;

статья является научной, то есть рассматривает проблемы, которые решены экспериментальным или теоретическим путём (обзорные статьи не могут быть основой для защиты ВКР в виде научной статьи).

ВКР, выполненная в виде проектной работы, в том числе стартап, общественный, творческий проекты, а также методическая работа представляет собой работу, которая ориентирована на практическое применение полученных знаний и навыков для решения конкретной задачи.

Главной особенностью проектной работы является решение практической задачи/проблемы заказчика/проекта. Вместо углубленного теоретического анализа внимание уделяют разработке, реализации и оценке эффективности проекта.

Для подтверждения практической значимости исследовательских результатов и возможности применения их на практике на заседание ГЭК может быть представлен акт о внедрении ВКР. Акт о внедрении ВКР должен быть подписан представителем организации, в которой внедрена разработка, и заверен печатью данной организации.

Стартап: представляет собой вид ВКР, предполагающий разработку коммерчески перспективного и (или) инновационного проекта, продукта или услуги, который может быть реализован при поддержке инвесторов. Данный вид ВКР дополнительно характеризуется наличием бизнес-модели и финансового плана.

Общественный проект: представляет собой вид ВКР, предполагающий проведение комплексного исследования и разработки социально-значимого проекта, направленного на решение актуальных общественных проблем и улучшение качества жизни общества.

Творческий проект: представляет собой вид ВКР, предполагающий создание оригинальной творческой разработки в профессиональной сфере с элементами художественного и (или) креативного решения.

Технический проект: представляет собой вид ВКР, предусматривающий создание инновационных устройств, технологий, баз данных, компьютерных программ, мобильных приложений и т.д.

Методическая работа: представляет собой вид ВКР, предполагающий разработку, адаптацию или модификацию различных измерительных методик. Целью методических ВКР является разработка авторского или адаптация/ модификация существующего психодиагностического/ измерительного инструментария.

Под разработкой методики понимается создание собственной оригинальной методики, имеющей теоретико-методологическую основу.

Адаптация методики предполагает перевод зарубежной методики.

Под модификацией понимается смешанный вариант работы, при котором переводится зарубежная методика с некоторыми изменениями или берется уже готовая отечественная и модифицируется для специфических психодиагностических задач или для приведения устаревшей методики к современным реалиям.

Рекомендуемый объем ВКР (без учета приложений) по программам магистратуры составляет 70-90 страниц.

Для ВКР минимальный уровень оригинальности с цитированием и самоцитированием должен составлять не менее 80%. Объем цитирования и самоцитирования не должен превышать 20%.

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 руководителя ВКР.

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,	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал базовый уровень

		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; 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.	сформированности 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. Роль продюсера в создании аудиовизуального продукта: анализ функций и обязанностей продюсера на разных этапах кинопроизводства.
2. Организация и управление творческим процессом: продюсер как стратег и лидер в кино- и телепроектах
3. Финансирование и бюджетирование кинопроектов: современные модели привлечения инвестиций и управления бюджетом.
4. Дистрибуция и продвижение фильмов и телепрограмм: маркетинговые стратегии и работа с аудиторией
5. Продюсирование в различных жанрах и форматах: специфика работы продюсера в игровом кино, документальном кино, телесериалах, ток-шоу
6. Взаимодействие продюсера с режиссёром, сценаристом и творческой группой: вопросы командной работы и принятия решений
7. Правовые аспекты продюсирования: авторское право, договоры, лицензирование и защита интеллектуальной собственности
8. История и эволюция профессии продюсера: от зарождения до современных тенденций в России и мире
9. Особенности работы телевизионного продюсера: создание и реализация программ на ТВ, управление контентом
10. Влияние цифровых технологий и новых медиа на продюсирование: стриминговые платформы, интернет-контент, изменения в индустрии
11. Особенности производства фильмов с выбором зрителя
12. Экономическая модель монетизации короткометражного игрового кино в вертикальных сериалах
13. Продюсерские риски и возможности при токенизации прав на фильм
14. Эффективность нетрадиционных методов финансирования в современном российском кинематографе
15. Кому принадлежат права на реплики, придуманные актером на площадке, если их нет в сценарии
16. Продюсерский анализ рисков при использовании безвозвратного государственного финансирования
17. Проблемы юридической чистоты прав на адаптацию комиксов/книг в России (с учетом ухода западных правообладателей)
18. Замещение западных локаций и техники отечественными аналогами в высокобюджетном кино
19. Анализ страховых случаев в российском кинопроизводстве
20. Продюсерский сценарий управления «живым» эфиром
21. Методы привлечения бюджета при низком коммерческом потенциале в кинотеатрах
22. Эффективность продажи рекламных интеграций в различных шоу программах
23. Продюсирование костюмного фильма как способ монетизации через продажу мерча брендов-партнеров
24. Роль продюсера в продвижении национального контента на рынки различных регионов
25. Продюсерский подход к производству ремейка

26. Проблемы продюсирования контента для детей
27. Сущность и содержание бренда: отличия бренда от торговой марки, структура и компоненты бренда
28. Процесс создания и продвижения бренда: этапы, инструменты, современные подходы
29. Управление брендом как стратегический актив компании: роль бренда в конкурентной борьбе и формировании лояльности
30. Методы оценки эффективности управления брендами: количественные и качественные показатели, модели оценки
31. Бренд-менеджмент в условиях цифровой экономики: влияние интернет-маркетинга, СММ и новых медиа на продвижение брендов
32. Особенности брендинга на российском рынке: специфика, вызовы и перспективы для отечественных компаний
33. Формирование и развитие корпоративного бренда: миссия, ценности, визуальная и вербальная идентификация
34. Коммуникационная стратегия бренда: интегрированные маркетинговые коммуникации, реклама, событийный маркетинг
35. Управление репутацией бренда: инструменты мониторинга и реагирования на кризисы
36. Бренд-трекинг и анализ потребительского восприятия: методы исследования, анкетирование, фокус-группы
37. Брендинг в сфере услуг: особенности продвижения на примере салонов красоты, образовательных учреждений, медицинских центров
38. Сравнительный анализ национальных и международных брендов: кейсы успешных стратегий
39. Оптимизация брендовой архитектуры «Дом брендов»/«Брендированный дом» в условиях мультикатегорийности
40. Адаптация глобального позиционирования бренда к культурным кодам стран БРИКС
41. Эффективность вирусных кампаний с нулевым медиа-бюджетом в алгоритмических лентах
42. Влияние механик (прогресс-бары, квесты) на удержание пользователей в мобильных приложениях бренда
43. Интеграция бренда в нативные форматы (разговорные шоу, интервью) – измерение доверия
44. Продвижение бренда в эпоху дипфейков – как защитить репутацию CEO
45. Влияние политических и социальных заявлений бренда на кошелек покупателя
46. Измерение эффекта от использования моделей с инвалидностью или нестандартной внешностью на продажи в масс-маркете
47. Стратегии «мягкого вывода» бренда с рынка с сохранением репутации для будущих запусков
48. Эволюция ивент-продюсирования: история, современные тенденции и перспективы развития
49. Ивент-дизайн: проектирование событий, создание атмосферы, визуального образа и эмоционального отклика у аудитории
50. Влияние цифровых технологий на ивент-индустрию: виртуальные, гибридные и онлайн-мероприятия, цифровые платформы
51. Роль ивент-продюсера в организации корпоративных и массовых мероприятий: задачи, компетенции, взаимодействие с командой и подрядчиками
52. Маркетинг и продвижение мероприятий: стратегии привлечения участников, работа с социальными сетями и инфлюенсерами

53. Управление рисками в ивент-продюсировании: безопасность, кризис-менеджмент, правовые аспекты
54. Оценка эффективности мероприятий: методы анализа удовлетворённости участников, *ROI* и *KPI* для событий
55. Ивент-продюсирование в различных сферах: бизнес-ивенты, культурные фестивали, спортивные события, свадьбы, образовательные форумы.
56. Психология восприятия событий: как атмосфера, дизайн и организация влияют на эмоции и впечатления гостей.
57. Сравнительный анализ организации мероприятий в России и за рубежом: лучшие практики, культурные различия, стандарты индустрии.
58. Экономическая модель мероприятий, созданных брендом для клиентов
59. Драматургия ивента: Сценарная структура открытия, кульминации и закрытия
60. Свадебный ивент-менеджмент: Особенности управления бюджетами и эмоциями клиента
61. Преимущества и юридические риски использования смарт-контрактов для доступа на мероприятие
62. Продюсирование премьеры с красной дорожкой для независимого фильма
63. Функционал фасилитации, диагностики и культивирования доверия в городских сообществах и корпоративной среде
64. Особенности построения сценария в артхаусном кино (отказ от экспозиции, открытый финал, эффект кольца)
65. Скрытые подтексты, подводные течения и техника «противопоставления реплик» в сценарной речи
66. Методы удержания характера героя без потери драматического напряжения в мыльных операх
67. Эволюция приема от буквального обрыва на скале до моральной дилеммы в конце эпизода
68. Продюсирование злодея, который возвращается сезон за сезоном, не вызывая усталости у зрителя
69. Генезис и эволюция сценарной культуры: историографический аспект, становление сценарного мастерства в России и мире
70. Сценарий как художественно-педагогическая программа: структура, этапы разработки, методы обучения
71. Основные понятия сценарного мастерства: тема, идея, жанр, герои, конфликт, композиционное построение
72. Этапы работы над сценарием: формулирование темы и проблемы, разработка сверхзадачи, замысла, сюжета
73. Драматургия различных форматов: сценарий фильма, телесериала, театрализованного представления, массового праздника
74. Инсценирование художественного и документального материала: принципы отбора, художественное осмысление факта
75. Архитектура сценария: монтаж, структура эпизода, сценическая информация, композиционные приёмы
76. Психология работы сценариста: отношения автора и зрителя, творческая мотивация, психология создания персонажей

77. Сценарное мастерство и современные медиа: особенности написания сценариев для кино, телевидения, онлайн-платформ
78. Методы формирования сценарной культуры: педагогические технологии, интеграция знаний, навыков и умений
79. Драматургия страха, основанная на воображении зрителя
80. Принципы написания «живых» диалогов и интервью без четвертой стены
81. Сценарные методы вызова эмпатии у зрителя к отрицательному герою (флешбэки, кодекс чести, жертвенность)
82. Критерии, превращающие поддерживающего героя в фаворита аудитории (на примере «Уэнсдэй» или «Игры престолов»)
83. Техника «диалога как действие» (когда слова меняют расклад сил, а не просто информируют)
84. Драматургические функции пауз, недосказанности и визуального повествования без реплик
85. Баланс между «буквой» и «духом» романа при переводе в кинематографическую структуру
86. Анализ провалов при переносе голливудского сценария на российскую почву
87. Юридические и этические ограничения при написании сценария «основано на реальной истории» (клевета, право на образ)
88. Анализ влияния уровня детализации ремарок на свободу режиссера и конечный бюджет фильма
89. Распределение сюжетных линий между сериалом, подкастом, веб-сериалом и комиксом (франшизный менеджмент)
90. Эволюция заимствований в драматургии от Шекспира до Квентина Тарантино
91. Влияние ограничений фон Триера на современное независимое кино