

Приложение 5
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
направленность (профиль) программы «Связи с общественностью
в системе бизнес-коммуникаций»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего об-
разования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Одобрено
на заседании совета факультета марке-
тинга
протокол № 7 от «23» мая 2019
Председатель совета
_____ Е.А. Окунькова

Факультет маркетинга

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

ПРОГРАММА

Б3.01 (Д) ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки

42.04.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы

«Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций»

Уровень высшего образования

Магистратура

Год начала подготовки – 2020

Москва – 2019 г.

Рецензенты:


1. Панасенко С.В., зав.кафедрой торговой политики, д.э.н., профессор РЭУ им. Г.В. Плеханова
2. Питюков В.Ю., д.п.н., профессор, первый проректор Российской международной академии туризма

Программа подготовки к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы содержит ее цели, задачи, требования к выпускной квалификационной работе, примерную тематику ВКР магистра, критерии оценки.


Тематика магистерских диссертаций разработана на основе учебных дисциплин, изучаемых в рамках направления подготовки Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций», а также с учетом необходимости освоения компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа государственной итоговой аттестации составлена на основании ФГОС ВО уровня магистратуры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 528 от «08» июня 2016 года и ОПОП, разработанной ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».


Составитель(и):

 / Е.А. Осипова, д.ф.н., профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна

Программа ГИА утверждена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна
протокол № 11 от «11»мая 2018 г.

И.о. зав. кафедрой рекламы,
связей с общественностью и дизайна  Е.А. Осипова

Программа ГИА одобрена на заседании совета ОНЦ «Торговля»
протокол № 10 от «15» июня 2018

Директор ОНЦ «Торговля»  А.В. Шишкин

Программа ГИА одобрена советом факультета маркетинга
протокол № 8 от «31» августа 2018

Председатель совета факультета маркетинга  / Е.А. Окунькова

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

Дополнения и изменения, внесённые в программу государственной итоговой аттестации (ГИА), утверждены на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна, протокол № 9 от «7» мая 2019


Заведующий кафедрой



Осипова Е.А.
(Ф.И.О.)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ «Торговля»
протокол №11 от «17» мая 2019

Председатель



Шишкин А. В.
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета Маркетинга,
протокол № 7 от «23» мая 2019

Председатель



Окунькова Е.А.
(Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в программу государственной итоговой аттестации (ГИА),

утверждены на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна,
протокол №8 от 07 мая 2020

Заведующий кафедрой



Осипова Е.А.
(Ф.И.О.)

Одобрено на заседании Совета ОНЦ «Торговля»
протокол №6 от 13 мая 2020

Председатель



Шишкин А. В.
(Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета Маркетинга,
протокол №5 от 14 мая 2020

Председатель



Окунькова Е.А.
(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 5 |
| 1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников | 5 |
| 2. Формы и принципы государственной итоговой аттестации | 6 |
| 3. Время проведения государственной итоговой аттестации | 6 |
| 4. Трудоемкость государственной итоговой аттестации | 6 |
| 5. Оценочные средства для государственной итоговой аттестации | 6 |
| 5.1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть выпускники в результате освоения образовательной программы..... | 6 |
| 5.2. Ответственность за формирование ФОС..... | 11 |
| Содержание государственной итоговой аттестации | 11 |
| 5.3. Выпускная квалификационная работа (ВКР)..... | 11 |
| 5.3.1. Цели и задачи выпускной квалификационной работы | 11 |
| 5.3.2. Выбор темы выпускной квалификационной работы..... | 12 |
| 5.3.3. Структура и содержание выпускной квалификационной работы..... | 13 |
| 5.3.4. Порядок выполнения и представления в государственную экзаменационную комиссию выпускной квалификационной работы | 13 |
| 5.3.5. Соотношение содержания разделов ВКР совокупным ожидаемым результатом обучения..... | 14 |
| 5.3.6. Процедура защиты выпускной квалификационной работы | 14 |
| 5.3.7. Оценка качества выполнения и защиты выпускной квалификационной работы магистра | 15 |
| 5.3.8. Критерии оценки выпускной квалификационной работы магистра..... | 15 |
| 6. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья | 17 |
| 6.1 Наличие соответствующих условий проведения ГИА | 17 |
| 6.2 Обеспечение соблюдения общих требований | 17 |
| 6.3 Реализация увеличения продолжительности сдачи ГИА по отношению к установленной продолжительности его сдачи для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья..... | 17 |
| 7. Материально-техническое обеспечение ГИА..... | 17 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ..... | 18 |
| Приложение 1 | 18 |
| Приложение 2 | 19 |
| Приложение 3 | 20 |

ВВЕДЕНИЕ

Программа подготовки к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (далее по тексту – государственная итоговая аттестация) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций».

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основной профессиональной образовательной программы высшего образования (программы магистратуры), является итоговой аттестацией обучающихся по программе магистратуры.

Организация и проведение государственной итоговой аттестации в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» определяется 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 нормативными локальными документами:

- Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»;

- Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися программы магистратуры соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта, выявления подготовленности выпускника к профессиональной деятельности. К государственной итоговой аттестации допускаются обучающиеся, в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей программе магистратуры.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в блок «Государственная итоговая аттестация» входят:

- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников

Целью государственной итоговой аттестации (в дальнейшем – ГИА) является установление степени соответствия уровня качества подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки магистров 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций» и степени овладения выпускниками необходимыми компетенциями.

Задачи государственной итоговой аттестации: комплексная оценка уровня подготовки выпускников Университета, которая:

- строится с учетом изменений в содержании и организации профессиональной подготовки выпускников, описываемых в рамках деятельностной парадигмы образования;
- оценивает уровень сформированности у выпускника необходимых компетенций, степени владения выпускником теоретическими знаниями, умениями и практическими навыками для профессиональной деятельности;

- учитывает возможность продолжения образования студентом на более высоких ступенях.

2. Формы и принципы государственной итоговой аттестации

К видам аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации выпускников относятся:

- защита выпускной квалификационной работы магистра.

Отбор содержания и способов организации государственной итоговой аттестации выпускников осуществляется на основе следующих принципов:

- принцип ориентации на современную образовательную парадигму, которая позволяет рассматривать образование как феномен экономики, управления, культуры и как основной ресурс развития человека, общества, государства;
- принцип учёта готовности выпускника к постоянно изменяющимся условиям профессиональной деятельности;
- принцип практико-ориентированности в виде учета основных типов профессиональных задач, к решению которых должен быть готов выпускник;
- принцип учета готовности выпускника к продолжению образования, постоянного расширения своих профессиональных компетенций.

3. Время проведения государственной итоговой аттестации

Порядок и сроки проведения аттестационных испытаний устанавливаются на основании Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», и в соответствии с графиком учебного процесса по направлению подготовки магистров 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций».

В соответствии с решением Ученого совета Университета для основных образовательных программ подготовки магистров итоговые аттестационные испытания проводятся в форме защиты выпускной квалификационной работы магистра.

Продолжительность государственной итоговой аттестации составляет 4 недели (написание, подготовка к процедуре защите и непосредственно защита выпускной квалификационной работы).

4. Трудоемкость государственной итоговой аттестации

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации по направлению подготовки магистров 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций» составляет 9 зачетных единиц трудоемкости (З.Е.) (324 академических часа, в т.ч. – 16 контактных часов, которые отводятся на написание выпускной квалификационной работы магистра и ее защиту).

5. Оценочные средства для государственной итоговой аттестации

5.1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть выпускники в результате освоения образовательной программы

Государственная итоговая аттестация имеет целью определение степени соответствия уровня подготовленности выпускников требованиям образовательного стандарта. При этом проверяются сформированные компетенции - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью (таблица 1), являющейся структурным компонентом ОПОП. В частности, проверяется владение следующими компетенциями выпускников - магистров по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе

бизнес-коммуникаций».

Перечень компетенций, формируемых и проверяемых в результате государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций»

| Компетенции | Формы государственных аттестационных испытаний | Индикаторы освоения компетенций <i>В соответствии с Компетенциями выпускника вуза как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ОПОП ВО (Компетентностная модель выпускника)</i> |
|---|--|--|
| | защита выпускной квалификационной работы | |
| УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий | + | УК-1.1 – Знает основы системного подхода к осуществлению критического анализа проблемных ситуаций УК-1.2. - Способен выработать стратегии действий для разрешения проблемных ситуаций на основе их критического анализа |
| УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | + | УК-2.1. – Знает жизненный цикл проекта и методологию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-2.2. - Способен разрабатывать проекты и управлять их реализацией на всех этапах жизненного цикла проекта |
| УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели | + | УК-3.1. – Знает основные подходы и методы организации и руководства работой команды УК-3.2. - Способен выработать и реализовывать командную стратегию для достижения поставленной цели |
| УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | + | УК-4.1. – Знает современные коммуникативные техно-логии для академического и профессионального взаимодействия УК-4.2. - Способен осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном(ых) языке |
| УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | + | УК-5.1. – Знает специфику культурного разнообразия в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2. - Способен учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия |
| УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | + | УК-6.1. – Знает способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки УК -6.2. - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и осуществлять ее совершенствование |
| ОПК-1 - Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) | + | ОПК-1.1. – Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. - Управляет процессом подготовки востребованных индустрией |

| | | |
|--|---|---|
| медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем | | рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и 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 | + | ОПК-2.1. – Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.2. - Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| ОПК-3 - Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | + | ОПК-3.1. – Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. - Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов |
| ОПК-4 - Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты | + | ОПК-4.1. – Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. - Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов |
| 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 | + | ОПК-5.1. – Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. - При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования |
| ОПК-6 - Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | + | ОПК-6.1. – Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2. - Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение |
| ОПК-7 - Способен оценивать и прогнозировать возможные | + | ОПК-7.1. – Знает закономерности формирования эффектов и последствий |

| | | |
|--|---|---|
| эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности | | профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. - Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности |
| Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий | | |
| ПК-1 - Способен организовывать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью | + | ПК-1.1. – Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ПК-1.2. – Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ПК-1.3. – Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.4. - На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы |
| ПК-2 - Способен управлять процессами стратегического и оперативного планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, бюджетирования коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность | + | ПК-2.1. – Выполняет функционал руководителя в части стратегического и оперативного планирования коммуникативных программ и мероприятий или стратегического и оперативного планирования деятельности коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ПК-2.2. – Организует работу по подготовке, творческой переработке и реализации управленческих, финансовых, креативных документов в рамках осуществляемых коммуникативных программ и мероприятий ПК-2.3. – Контролирует уровень эффективности и регулирует ход выполнения коммуникативных программ и мероприятий с учетом выделенного ресурсного обеспечения и принятых способов финансирования ПК-2.4. - На основании знания специфики функционирования современной коммуникационной индустрии выстраивает работу по повышению организационно-управленческого потенциала сотрудников коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства |
| Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский | | |
| ПК-3 - Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы | + | ПК-3.1. – Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ПК-3.2. - Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью |
| ПК-4 - Способен к выдвижению и обоснованию новых идей, в том числе, в исследовательском контексте с учетом | | ПК-4.1. – Отбирает аналитические методы и инструменты для выдвижения и обоснования новых идей в отношении разработки коммуникационных |

| | | |
|---|--|---|
| <p>специфики профессиональной сферы и становления цифровой экономики</p> | | <p>программ и мероприятий, применяет их на практике ПК-4.2. – Проводит конкурентный анализ профессиональной сферы и разрабатывает новые идеи по организации коммуникативных процессов в условиях цифровой экономики ПК-4.3. - Проводит обобщение клиентского опыта в профессиональной сфере и выстраивает научный дискурс в отношении применения BIG DATA при разработке коммуникативных программ и мероприятий</p> |
| <p>Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический</p> | | |
| <p>ПК-5 - Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | | <p>ПК-5.1. – Формулирует концепцию научного исследования ПК-5.2. – Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-5.3. - Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p> |
| <p>ПК-6 - Способен разрабатывать, реализовывать и давать оценку PR-проектам в бизнесе в условиях цифровизации экономики, в том числе проектам с инновационной и творческой составляющей</p> | | <p>ПК-6.1. – Разрабатывает на основе методов проектирования и моделирования стратегию и методологию PR-проектов в бизнесе ПК-6.2. – Применяет методы и инструменты Big Data, экспертные методы, форсайт-технологии при разработке и реализации PR-проектов в бизнесе ПК-6.3. – Определяет и разрабатывает индикативные показатели проектной деятельности в связях с общественностью, выстраивает самостоятельные системы оценок результатов PR-проектов в бизнесе ПК-6.4. - Формирует в организации систему развития проектных компетенций PR-специалистов</p> |

5.2. Ответственность за формирование ФОС

5.2.1 Ответственным исполнителем за формирование ФОС ГИА является заведующий выпускающей кафедрой.

5.2.2 Непосредственный исполнитель формирования ФОС назначается распоряжением заведующего кафедрой из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. ФОС может разрабатываться и формироваться творческим коллективом в соавторстве.

5.2.3 Составитель оценочного средства несет ответственность за качество разработки, правильность составления и оформления оценочного средства.

5.2.4. Заведующий кафедрой несет ответственность за то, какие компетенции включаются в набор требуемых результатов освоения программы магистратуры. Обязательно соответствие компетенций указанных в матрице компетенций учебного плана и рассмотренных в ФОС ГИА.

5.2.5. Составитель ФОС обязан предусмотреть варианты заданий для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями: при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины в соответствии с документированной процедурой «Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Содержание государственной итоговой аттестации

5.3. Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)

5.3.1. Цели и задачи выпускной квалификационной работы

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы магистра завершает подготовку обучающегося и показывает его готовность к основным видам профессиональной деятельности.

В процессе выполнения работы обучающемуся предоставляется возможность под руководством опытных специалистов углубить и систематизировать теоретические и практические знания, полученные в процессе освоения учебного плана, закрепить навыки самостоятельной исследовательской работы и творчески применить их в решении конкретных практических задач. Обучающиеся должны активно использовать знания из области менеджмента, организации коммерческой деятельности, социологии, психологии и других смежных дисциплин, формирующих его как автора магистерской диссертации по данному направлению.

Подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы начинается с первого курса, когда обучающиеся, выполняя рефераты по дисциплинам общей подготовки, курсовые работы по дисциплинам, учатся критически мыслить, делать выводы, обобщения. Преподаватели кафедры заранее ориентируют студентов на выбор таких тем курсовых работ, которые могут стать частью выпускных квалификационных работ.

Раскрывая сущность вопросов по избранной теме, выпускник должен показать и развить навыки самостоятельных исследований по проблемам связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций, а также по оптимизации PR-деятельности на основе инновационных технологий и др. Сформированные при написании курсовых работ исследования получают логическое завершение в выпускной квалификационной работе работы магистра.

Таким образом, выпускная квалификационная работа магистра является формой оценки уровня его профессиональной квалификации.

Выпускная квалификационная работа магистра призвана выявить способность выпускников на основе полученных знаний самостоятельно решать конкретные практические аспекты в области связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций.

Основными целями выпускной квалификационной работы магистра являются:

- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний и практических умений студентов по дисциплинам направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций»;
- развитие навыков ведения самостоятельной работы в решении конкретных проблем в области связей с общественностью.

В соответствии с поставленными целями выпускник в процессе выполнения выпускной квалификационной работы магистра должен решить следующие задачи:

- обосновать актуальность выбранной темы и ее значение в решении проблем связей с общественностью и рекламы;
- изучить теоретические положения, нормативно-правовую документацию, статистические материалы, справочную, специальную и научную литературу по избранной теме и изложить свою точку зрения по относящимся к ней дискуссионным вопросам;
- провести анализ PR-деятельности организации и оценку её показателей в области связей с общественностью и рекламы;
- использовать специальные программы обеспечения как инструмент обработки информации;
- провести анализ действующей системы связей с общественностью и рекламы;
- сформулировать выводы и разработать аргументированные предложения по повышению эффективности работы связей с общественностью и рекламы;
- оформить выпускную квалификационную работу в соответствии с требованиями Методических указаний по написанию выпускной квалификационной работы в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Обучающийся несет полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведенного исследования в рамках выпускной квалификационной работы. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

По результатам защиты выпускной квалификационной работы Государственная экзаменационная комиссия (в дальнейшем - ГЭК) решает вопрос о присвоении выпускнику соответствующей квалификации.

5.3.2. Выбор темы выпускной квалификационной работы

Тематика выпускных квалификационных работ должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки и техники.

Общий перечень рекомендуемых тем выпускных квалификационных работ ежегодно утверждается заведующим выпускающей кафедрой.

При выборе тематики выпускных квалификационных работ рекомендуется учитывать реальные задачи экономики, социальной сферы, науки и практики в соответствии с направлениями научной деятельности Университета, работодателей.

Выпускная квалификационная работа магистра выполняется на фактических материалах конкретной организации – как правило, объекта прохождения производственной (преддипломной) практики, на основе глубокого изучения теоретических вопросов, относящихся к избранной теме работы, детального анализа практических материалов по коммуникативным направлениям деятельности объекта исследования. Обучающийся самостоятельно выбирает

тему выпускной квалификационной работы исходя из ее актуальности, научного или практического интереса, наличия достаточного фактического и статистического материала.

Обучающийся, желающий выполнить выпускную квалификационную работу на тему, не предусмотренную примерным перечнем, должен обосновать свой выбор и получить согласие научного руководителя и разрешение заведующего профильной кафедры.

После выбора темы и ее согласования с научным руководителем студент пишет заявление на имя заведующего кафедрой об её утверждении. Тема ВКР и научный руководитель утверждаются распоряжением по факультету и изменению не подлежат.

Примерные темы выпускных квалификационных работ представлены в Приложении 3.

5.3.3. Структура и содержание выпускной квалификационной работы

Требования к структуре и содержанию выпускной квалификационной работы определяются Методическими указаниями по написанию выпускной квалификационной работы в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Выпускная квалификационная работа магистра должна иметь следующую структуру, которая согласуется с научным руководителем:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть, состоящую, как правило, не менее чем из трех разделов
- (теоретического, обзорного по заявленной проблематике; аналитического, содержащего анализ практики по рассматриваемой проблеме; проектного, представляющего авторскую разработку по заявленной проблематике на основе реальной практики связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций);
- заключение, включающее выводы и предложения (рекомендации);
- список используемых источников;
- приложения (при необходимости).

Основными требованиями к работе являются:

- четкость и логическая последовательность изложения материала;
- краткость и точность формулировок, исключающая возможность неоднозначного их толкования;
- конкретность изложения полученных результатов, их анализа и теоретических положений;
- обоснованность выводов, рекомендаций и предложений.

Содержание ВКР должно соответствовать названию темы.

Работа считается выполненной в полном объеме в том случае, если в ней нашли отражение все проблемы и вопросы, предусмотренные заданием на выполнение выпускной квалификационной работы.

5.3.4. Порядок выполнения и представления в государственную экзаменационную комиссию выпускной квалификационной работы

При выполнении выпускной квалификационной работы каждому обучающемуся распоряжением декана факультета назначается руководитель.

Обязанности руководителя выпускной квалификационной работы:

- выдача задания на выпускную квалификационную работу и курирование работы по сбору и обобщению необходимых материалов к выпускной квалификационной работе (в том числе на производственной (преддипломной) практике);
- проведение систематических консультаций выпускника;
- проверка выполнения работы в соответствии с календарным графиком;
- составление отзыва на выпускника;

- присутствие на защите с правом совещательного голоса.
- проводить предзащиту ВКР с целью выявления готовности студента к защите ВКР

Не позднее, чем за 2 календарных дня до назначенного срока защиты выпускной квалификационной работы выпускник сдает секретарю Государственной экзаменационной комиссии следующие обязательные документы:

- ВКР в переплетенном виде (титульный лист; задание; план-график выполнения и оформления ВКР; аннотация (на русском и английском языке); содержание; заключение; список использованных источников (в алфавитном порядке); приложения);
- отзыв научного руководителя;
- внешняя рецензия на бланке организации или с печатью (желательно);
- задание;
- отчет о проверке работы на наличие плагиата;
- диск с электронной версией работы (диск подписать).

Обучающийся может представить также справку о внедрении результатов выпускной квалификационной работы в производство (непосредственно в деятельность объекта исследования).

5.3.5. Соотношение содержания разделов ВКР совокупным ожидаемым результатом обучения

| № п.п. | Содержание ВКР | Формируемые компетенции | Форма контроля |
|--------|----------------------------------|------------------------------------|--|
| 1 | Введение | УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6 | Консультации с научным руководителем |
| 2 | Первый раздел | ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4 | Консультации с научным руководителем |
| 3 | Второй раздел | ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7 | Консультации с научным руководителем |
| 4 | Третий раздел | ПК-1, ПК-2 | Консультации с научным руководителем |
| 5 | Заключение | ПК-3 | Консультации с научным руководителем |
| 6 | Подготовленная и оформленная ВКР | ПК-4, ПК-5 | Предварительная оценка в процессе проведения процедуры предзащиты ВКР |
| 7 | Подготовленная и оформленная ВКР | ПК-6 | Окончательная оценка в процессе проведения процедуры защиты ВКР на заседании ГЭК |

На каждом этапе работы над выпускной квалификационной работой студент должен продемонстрировать практически весь спектр компетенций, а руководитель имеет возможность оценить уровень их достижения и зафиксировать в своем отзыве.

5.3.6. Процедура защиты выпускной квалификационной работы

К защите выпускной квалификационной работы допускаются лица, полностью выполнившие учебный план.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытых заседаниях экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава при обязательном присутствии председателя комиссии и его заместителя.

На защиту выпускной квалификационной работы, как правило, выделяется 20-25 минут, включая авторский доклад, на который отводится не более 15 минут, и вопросы к автору работы.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же

день после обсуждения членами Государственной экзаменационной комиссии и оформления в установленном порядке Протоколами заседания экзаменационной комиссии.

Выпускники, получившие по итогам защиты выпускной квалификационной работы оценку «неудовлетворительно» (не допущенные к защите по уважительным причинам), отчисляются из института и получают справку установленного образца.

5.3.7. Оценка качества выполнения и защиты выпускной квалификационной работы магистра

Оценку результатов выполнения ВКР производят члены экзаменационной комиссии.

Объектами оценки являются:

- ВКР;
- иллюстративный материал, выставляемый студентом на защиту ВКР;
- доклад студента на заседании государственной экзаменационной комиссии;
- ответы студента на вопросы, заданные членами комиссии в ходе защиты ВКР.

5.3.8. Критерии оценки выпускной квалификационной работы магистра

После окончания защиты выпускных квалификационных работ ГЭК на закрытом заседании (допускается присутствие руководителей выпускных квалификационных работ) обсуждаются результаты защиты и большинством голосов выносит решение – оценку.

Критериями оценки ВКР являются:

- научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации;
- использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов производственной практики;
- творческий подход к разработке темы;
- правильность и научная обоснованность выводов;
- стиль изложения;
- оформление выпускной квалификационной работы (ВКР);
- степень профессиональной подготовленности, проявившаяся как в содержании выпускной квалификационной работы магистра, так и в процессе её защиты;
- чёткость и аргументированность ответов студента на вопросы, заданные ему в процессе защиты;
- оценки руководителя в отзыве и рецензента;
- наличие публикаций.

Оценка результатов производится на основе оценочного листа и мнения членов экзаменационной комиссии.

Обобщенные критерии проверки сформированности компетенции,
шкала оценивания компетенций

| 100-балльная система оценки | Традиционная (четырёхбалльная) система оценки | Критерий оценивания | Содержание критерия оценивания |
|-----------------------------|---|--|---|
| 85 - 100 | отлично | Продвинутый уровень освоения компетенций | Компетенции освоены. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач. Способен самостоятельно решать проблему / задачу на основе изу- |

| | | | |
|---------|---------------------|---|---|
| | | | ченных методов, приемов и технологий. |
| 70 - 84 | хорошо | Повышенный уровень освоения компетенций | Компетенции освоены. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач в полном объеме. |
| 50 - 69 | удовлетворительно | Базовый уровень освоения компетенций | Компетенции освоены. Обучающийся показывает общие знания, умения и навыки, входящие в состав компетенций, имеет представление об их применении, но применяет их с ошибками. |
| 0 - 49 | неудовлетворительно | Заявленные компетенции не освоены | Компетенции не освоены. Обучающийся не владеет необходимыми знаниями, умениями, навыками или частично показывает знания, умения и навыки, входящие в состав компетенций. |

На основании результатов защиты выпускной квалификационной работы делается заключение об уровне освоения выпускником ОПОП и готовности к выполнению определенным в ОПОП видам профессиональной деятельности.

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию (в соответствии с п.5 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»).

6. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья

6.1 Наличие соответствующих условий проведения ГИА

Для выпускников из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ГИА проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников. При проведении ГИА для выпускников с индивидуальными особенностями обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит ГИА, и другие условия, без которых невозможно или затруднено проведение ГИА *(в соответствии с п.4 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»)*

6.2 Обеспечение соблюдения общих требований

При проведении ГИА обеспечивается соблюдение следующих общих требований: возможность выбора способа проведения ГИА; проведение ГИА для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами при прохождении ГИА с учетом их индивидуальных особенностей.

6.3 Реализация увеличения продолжительности сдачи ГИА по отношению к установленной продолжительности его сдачи для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Продолжительность прохождения ГИА по отношению к установленной продолжительности его сдачи увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья: продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы – не более чем на 0,5 часа.

7. Материально-техническое обеспечение ГИА

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 студента, компьютерной техники с необходимым лицензионным программным обеспечением, мультимедийного проектора, экрана, щитов для размещения наглядного материала.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

ОТЗЫВ на выпускную квалификационную работу магистра

студента(-ки) группы _____ факультета маркетинга

(ФИО)
на тему

« _____ »

| Критерий | Максимум | Оценка | Комментарий |
|---|-----------|--------|-------------|
| 1. Письменная работа (всего 60) | | | |
| а. Конкретное описание проблемной области, четкое определение проблемы, целей и задач исследования, соответствие программе | 10 | | |
| б. Использование литературы – релевантность, полнота, корректность и содержание цитирования, логичность изложения | 10 | | |
| в. Методология исследования – постановка вопросов исследования, адекватность методов и их аргументированность, точность использования процедур, полнота и релевантность результатов, способ представления результатов | 15 | | |
| г. Критический анализ результатов, логичность и полнота предлагаемого решения, степень соответствия полученного решения вопросам исследования | 15 | | |
| д. Практическая ценность результатов исследования и полученных рекомендаций, оценка ограничений исследования, качество приложений | 10 | | |
| <i>Итого за письменную работу</i> | <i>60</i> | | |
| 2. Порядок выполнения работы (всего 10) | | | |
| Выполнение графика работы, следование указаниям научного руководителя, полученным на консультациях, инициативность и самостоятельность при проведении исследования | 10 | | |
| <i>Итого за порядок выполнения работы</i> | <i>10</i> | | |
| ИТОГО ЗА РАБОТУ ДО ЗАЩИТЫ | 70 | | |

Магистерская диссертация проверена. Студент допущен / не допущен к защите.

Научный руководитель
магистерской диссертации

(подпись)

(должность, ФИО)

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
выпускной квалификационной работы магистра
 студента(-ки) группы _____ факультета маркетинга

 (ФИО)
 на тему
 « _____ »

| Критерий | Максимум | Оценка | Комментарий |
|--|------------|--------|-------------|
| 1. Итого за работу до защиты | 70 | | |
| 2. Наличие публикаций (всего 10) | 10 | | |
| 3. Презентация (всего 10) | | | |
| а. Качество представления результатов исследования | 5 | | |
| б. Презентационные навыки | 5 | | |
| <i>Итого за презентацию</i> | <i>10</i> | | |
| 4. Ответы на вопросы (всего 10) | | | |
| Логичность, правильность и полнота ответов на вопросы, заданные членами комиссии | 10 | | |
| <i>Итого за ответы на вопросы</i> | <i>10</i> | | |
| ИТОГО ЗА ДИССЕРТАЦИЮ | 100 | | |

 (Оценка)

 (ФИО, подпись председателя / зам. председателя ГЭК)

 (ФИО, подпись члена ГЭК)

 (ФИО, подпись члена ГЭК)

 (ФИО, подпись члена ГЭК)

 (ФИО, подпись члена ГЭК)

Примерная тематика выпускных квалификационных работ магистра
для студентов очно-заочной формы обучения

Факультет маркетинга
Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

Направление подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»,
Направленность (профиль) программы «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций»

1. Формирование системы PR-коммуникаций в сетевой компании (на примере конкретной компании).
2. Формирование системы внутрикорпоративных коммуникаций бизнес-организации (на примере конкретной компании).
3. Оценка эффективности коммуникаций бизнес-организации в социальных медиа (на примере конкретной компании).
4. Организация PR-кампании бизнес-организации на международном уровне (на примере конкретной компании).
5. Организация бизнес-компанией международного делового мероприятия как средство формирования имиджа (на примере конкретной компании).
6. Повышение эффективности внутрикорпоративных коммуникаций в компании (торговой, страховой, IT, издательской, добывающей, производственной и т.д.).
7. Повышение эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в интернет-компании.
8. Повышение эффективности работы пресс-службы отечественной производственной компании.
9. Социальная ответственность в банковском бизнесе как репутационный инструмент.
10. Специфика организации социального партнерства добывающей компании.
11. Организация переговорного процесса торговой организации с зарубежными партнерами.
12. Творческие технологии в повышении эффективности бизнес-коммуникаций.
13. Инновационные технологии в повышении эффективности бизнес-коммуникаций.
14. Организация PR-кампании по усилению бренда бизнес-компании (на примере конкретной компании).
15. Дизайн как имиджевый инструмент в коммуникациях малого бизнеса.
16. Дизайн как имиджевый инструмент в коммуникациях среднего бизнеса.
17. Дизайн как имиджевый инструмент в коммуникациях крупного бизнеса.

18. Антикризисная кампания в бизнесе (на примере конкретной компании).
19. Стратегическое планирование связей с общественностью в бизнесе (торговом, страховом, IT, издательском и т.д.).
20. Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с агентством полного цикла.
21. Современные тенденции развития консалтинговых услуг в рекламе и связях с общественностью.
22. Создание коммуникационной инфраструктуры в современной холдинге.
23. Использование PR-текстов в Интернет-коммуникациях бизнес-компаний.
24. Оценка эффективности связей с общественностью в социально-ориентированном бизнесе.
25. Управление корпоративной репутацией торговой компании.
26. Специфика PR-сопровождения транспортной компании при выходе на IPO.
27. Оптимизация PR-процессов в малом бизнесе.
28. Особенности построения внешнего имиджа бизнес-организации в отрасли.
29. Долгосрочный социальный проект как инструмент формирования позитивного имиджа коммерческой компании.
30. Специфика работы отдела по связям с общественностью в малом бизнесе.
31. Специфика работы отдела по связям с общественностью в среднем бизнесе.
32. Специфика работы PR-структур в крупном бизнесе.
33. Корпоративное издание как PR-инструмент в малом бизнесе.
34. Социальные сети и их коммуникативный потенциал в развитии бизнес-компаний.
35. Фотография как инструмент событийных PR-технологий.

**Карта обеспеченности дисциплины «ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ»
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами**

ОНЦ «Торговля»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна

ОПОП ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью

Уровень подготовки: магистратура

| № п/п | Наименование, автор | Выходные данные | Информация по НИБЦ им. академика Л.И. Абалкина | | Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.) | Численность студентов (чел.) | Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1 (при наличии в ЭБС); или =(колонка 4/ колонка 7) (при отсутствии в ЭБС) |
|----------------------------------|---|--|--|---|---|------------------------------|--|
| | | | количество печатных экземпляров (шт.) | наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Основная литература | | | | | | | |
| 1 | Осипова, Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике : монография / Е. А. Осипова. | Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - ISBN 978-5-16-103662-4 | | Да https://znanium.com/catalog/product/523515 | × | 25 | 1 |
| 2 | Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. | Москва: Аспект Пресс, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0896-7 | | Да https://znanium.com/catalog/product/1039446 | | 25 | 1 |
| Дополнительная литература | | | | | | | |
| 1 | Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с | Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7 | | Да https://znanium.com/catalog | | 25 | 1 |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|---|---|----|---|
| | общественностью: учебное пособие / А. Ю. Дорский. - СПб | | | /product/1080941 | | | |
| 2 | Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова | Москва : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: https://znanium.com]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/extbook_5c6ffedda58f78.54410213 . - ISBN 978-5-16-107682-8. | | Да https://znanium.com/catalog/product/944854 | | 25 | 1 |
| 3 | Осипова, Е.А. Профессиональная подготовка специалистов по связям с общественностью к реализации аксиологического подхода в PR-практике [Электронный ресурс]: статья / Е.А. Осипова | Москва : Инфра-М, 2015. - 3 с. | | Да http://znanium.com/catalog/product/525026 | × | 25 | 1 |
| 4 | Пособие по общественным связям в науке и технологиях: Учебное пособие / Под ред. Букки М. | М.:Альпина нон-фикшн, 2018. - 592 с.: ISBN 978-5-91671-696-2. | | Да https://znanium.com/catalog/product/1002907 | | 25 | 1 |
| 5 | Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : | Москва : ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://znanium.com]. — | | Да https://znanium.com/catalog/product/989359 | | | |

| | | | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|--|--|
| | учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. | (Высшее образование: Ба- калавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/t extbook_592bf62f2c4f86.5 1817652. - ISBN 978-5-16- 101069-3 | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|--|--|

Зав. кафедрой Осипова Е.А. Осипова

«07» мая 2020 г.

Научно-информационный библиотечный центр
имени академика Л.И. Абалкина
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Согласовано:

Сотрудник НИБЦ Климова И.И. / Климова И.И. /
(подпись)

(Ф.И.О.)

«07» мая 2020 г.

Научно-информационный библиотечный центр
имени академика Л.И. Абалкина
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»