

Утверждены академическим советом
ОП «Управление стратегическими
Коммуникациями»
(протокол №24 от «28» августа 2023 г.)

С изменениями, утвержденными
академическим советом ОП
«Управление стратегическими
коммуникациями»
(протокол № 28 от «07» декабря 2023
года)

Факультет креативных индустрий

Методические рекомендации по подготовке выпускной квалификационной работы студентов образовательной программы магистратуры «Управление стратегическими коммуникациями»

I. Общие положения

1.1 Настоящие Методические рекомендации разработаны в соответствии с Положением о практической подготовке студентов основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»¹ и Положением о государственной итоговой аттестации студентов образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»².

1.2 Настоящие Методические рекомендации предназначены для обучающихся по направлению подготовки магистра 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» образовательной программы «Управление стратегическими коммуникациями».

1.3. Обучающийся обязан выполнять ВКР в соответствии с требованиями, установленными настоящими Методическими рекомендациями и Положениями программы практики «Управление стратегическими коммуникациями».

1.4. ВКР является обязательным элементом образовательной программы «Управление стратегическими коммуникациями», формой проектной работы студента.

II. Структура, содержание и объем ВКР

¹ Утверждено Ученым советом НИУ ВШЭ протоколом от 17.06.2021 № 6.

² Утверждено Ученым советом НИУ ВШЭ протоколом от 25.03.2022 № 3.

2.1. ВКР выполняется студентами в формате магистерского проекта, который направлен на решение прикладной задачи в области стратегических коммуникаций.

2.2. ВКР является итоговой работой по реализации практических навыков и должен продемонстрировать необходимую профессиональную квалификацию выпускников в области планирования, управления и реализации коммуникационных компаний в различных коммерческих отраслях, государственных структурах, некоммерческих организациях и др.

2.3. ВКР - магистерский проект выполняется студентами индивидуально и может являться продолжением проектов, выполненных студентами на первом и втором году обучения.

2.4. Магистерский проект представляется в виде Комплексной Коммуникационной Стратегии Сопровождения Объекта (ККССО).

2.5. Задачи подготовки ВКР: разработать и представить Комплексную коммуникационную стратегию сопровождения объекта.

2.6. Обязательным компонентом магистерского проекта является обзорно-аналитическая справка о кейсе, презентация и защита проекта.

2.7. Содержательные рекомендации к обзорно-аналитической справке о кейсе:

Обзорно-аналитическая справка — это документ, в котором подробно описан процесс подготовки ККССО для выбранного объекта. В ее структуре обязательно должны быть отражены следующие разделы:

1. Титульный лист (Приложение №1)
2. Краткое описание объекта проекта включает в себя:
 - организационно-правовую форму объекта;
 - портфель брендов;
 - экономические показатели;
 - историю создания.
3. Анализ положения объекта проекта на рынке, может содержать следующие пункты:
 - краткая характеристика рынка;
 - тенденции и тренды описываемого рынка;
 - положение объекта относительно конкурентов, доля рынка, принадлежащая объекту;
 - текущие бизнес-задачи объекта;
 - угрозы и риски.
4. Предмет проекта. Предмет проекта — это коммуникационная проблема и/или цель проекта, вытекающая из бизнес-задач и/или угроз и рисков объекта. Выбор проблемы/цели необходимо обосновать с помощью описания:

- предпосылок и причин для их появления;
 - значимости проблемы/цели для объекта;
 - указания последствий сохранения статус-кво.
5. Список задач, которые необходимо решить для достижения цели/решения проблемы объекта.
6. Исследование. Описание качественного и/или количественного исследований (-ий), проведенных в рамках создания ККССО. Описание исследования должно включать в себя следующие подпункты:
- цель и задачи исследования;
 - гипотезы, проверяемые в ходе исследования;
 - необходимые данные, их источники, методы сбора;
 - методы обработки данных;
 - полученные результаты;
 - ссылка на используемые базы данных.
7. Программа ККССО. Программа ККССО представляет собой описание плана (интегрированной) коммуникационной кампании, направленной на решение заявленной проблемы/достижения заявленной цели проекта.
8. Программа ККССО в обязательном порядке включает в себя:
- описание целевых аудиторий кампании с указанием их социально-демографических, экономических, поведенческих и иных характеристик;
 - метрики и показатели, использующиеся для измерения эффекта реализации ККССО с указанием текущих и перспективных значений;
 - описание ключевых сообщений транслируемых разным сегментам ЦА со сценариями донесения ключевых сообщений;
 - описание задействованных в кампании коммуникационных каналов с примерами информационных сообщений и медиапланом кампании;
 - общие рекомендации — креативные идеи и предложения по развитию коммуникационной кампании (по желанию);
 - структура бюджета кампании;
 - сроки реализации кампании.
 - приложения – (таблицы, графики и т.п. при наличии)
9. Заключение, которое включает в себя практические результаты (при наличии апробации), сильные стороны и ограничения предложенного решения прикладной задачи в области коммуникаций, дальнейшие перспективы внедрения.

Объем обзорно-аналитической справки составляет от 15 до 25 страниц (от 20 до 40 тысяч знаков с пробелами) печатного текста (исключая список источников и приложений).

2.8. Рекомендации и минимальные требования к содержанию и разделам презентации магистерского проекта ККССО

1. Титульный слайд (1 слайд).
2. Краткое описание объекта (1-2 слайда) проекта включает в себя:
 - a. организационно-правовую форму объекта;
 - b. портфель брендов;
 - c. ключевые экономические показатели.
3. Анализ положения объекта проекта на рынке (1-2 слайда) может содержать следующие пункты:
 - a. краткая характеристика рынка;
 - b. тенденции и тренды описываемого рынка;
 - c. положение объекта относительно конкурентов, доля рынка, принадлежащая объекту;
 - d. текущие бизнес-задачи объекта;
 - e. угрозы и риски.
4. Предмет проекта (1 слайд).
5. Список задач, которые необходимо решить для достижения цели/решения проблемы объекта (1 слайд).
6. Исследование (1-3 слайда). Описание качественного и/или количественного исследований (-ий), проведенных в рамках создания ККССО. Должно включать в себя краткое описание цели и дизайна исследования, ссылки на базы данных исследования, а также полученные результаты.
7. Программа ККССО. Программа ККССО представляет собой описание плана (интегрированной) коммуникационной кампании, направленной на решение заявленной проблемы/достижения заявленной цели проекта.
8. Программа ККССО в обязательном порядке включает в себя:
 - a. список ЦА коммуникационной кампании с указанием наиболее важных для объекта характеристик (1-2 слайда);
 - b. метрики и показатели, используемые для измерения эффекта реализации ККССО с указанием текущих и перспективных значений (1-2 слайда);
 - c. описание ключевых сообщений, транслируемых разным сегментам ЦА (1-2 слайда);

- d. описание задействованных в кампании коммуникационных каналов с примерами информационных сообщений (1-3 слайда);
- e. общие рекомендации — креативные идеи и предложения по развитию коммуникационной кампании (по желанию);
- f. структура бюджета кампании (1 слайд);
- g. сроки реализации кампании (1 слайд).

9. Заключение (1-2 слайда).

Презентация представляется в шаблоне, согласованном с руководителем ВКР. Презентация должна содержать не менее 20 и не более 30 слайдов.

2.9. Общие рекомендации к содержанию, стилю и логике изложения обзорно - аналитической справки по кейсу и презентации проекта ККССО:

1. Цели и задачи проекта должны отвечать ряду критериев. Они должны обладать следующими характеристиками:
 - релевантны положению объекта на рынке;
 - обоснованы с точки зрения существующих возможностей, рисков, угроз и бизнес-целей объекта;
 - достижимы с учетом ресурсов и возможностей объекта;
 - измеримы с помощью общеупотребимых в индустрии метрик.
2. Предмет проекта должен вытекать из бизнес-задач объекта, при этом относиться к сфере коммуникаций. В случае если программа ККССО предполагает изменение продукта или бизнес-процессов в компании, необходимо обосновать возможность данных изменений.

Бизнес-задача	Коммуникационная цель
Увеличение продаж	Привлечение трафика на продающий сайт
Запуск нового продукта	Продвижение продукта на аудиторию потенциальных потребителей

Борьба за долю рынка	Создание УТП, донесение конкурентных преимуществ до аудитории
Борьба с кризисом / последствиями кризиса	Программа антикризисных коммуникаций
Найм компетентного персонала	Продвижения HR-бренда

3. Обзорно-аналитическая справка по кейсу должна содержать ссылки на исследования, публикации, монографии, публичные отчеты и иные источники информации, используемые для создания проекта.
4. Все части проекта должны быть логически связаны между собой.
5. Описание и анализ положения объекта на рынке должен соотноситься с предметом проекта. Все, что прямо или косвенно не влияет на реализацию программы ККССО необходимо исключить. Например, информация о наличии в компании внутрикорпоративного издания будет лишней в том случае, если проект посвящен коммуникации с потенциальными потребителями.
6. Исследование, проводимое в рамках создания проекта, должно носить аналитический, а не описательный характер и обладать исследовательской ценностью. Результаты не должны дублировать результаты существующих исследований и/или являться самоочевидными.
7. Результаты исследования, проводимого в рамках создания проекта, должны способствовать достижению цели и/или отдельных задач проекта. Например, если в рамках исследования медиапотребления ЦА были выявлены предпочитаемые ЦА медиа, то это необходимо учесть в процессе выбора каналов коммуникации для реализации программы ККССО.
8. Выбор целевых аудиторий должен соотноситься с бизнес-целями объекта, а их характеристики - с существующими исследованиями или иными объективными данными.
9. При создании программы ККССО должны использоваться общеупотребимые в коммуникационной индустрии показатели и метрики.
10. При выборе каналов коммуникации необходимо учитывать масштаб объекта и цели/задачи проекта. Например, использование телевизионных рекламных кампаний для продвижения услуг самозанятого предпринимателя будет нерелевантно.
11. Структура бюджета кампании должна отражать все необходимые группы затрат, в том числе затраты на услуги профильных специалистов, размещения, создание контента.
12. Сроки реализации кампании должны отвечать цели и задачам проекта, а также соотноситься со структурой бюджета и каналами коммуникации, указанными

13. Выводы и рекомендации ККССО должны стать логичным продолжением вашей работы - они не должны противоречить поставленным цели и задачам. Должны учитывать интересы бизнеса (в первую очередь) и целевых аудиторий (во вторую), а также использовать общеупотребимые показатели метрики (в случае, если они приводятся в выводах и рекомендациях). В целом, при формировании выводов и рекомендаций, необходимо исходить из поставленных перед ККССО цели и задач и учитывать опыт проведённых исследований.
14. Выводы и рекомендации также должны учитывать специфику предмета ККССО, не должны содержать неисполнимых сценариев, а также явлений *Deus ex machina*, несчастных случаев, стихийных бедствий и сценариев с близкой к нулевой вероятности исполнения.
15. В качестве источников информации для проведения количественного исследования рекомендуется использовать:
 - a. Google Trends;
 - b. Яндекс Wordstat;
 - c. Систему мониторинга Brand Analytics;
 - d. Внутренние, доступные студенту, статистические документы компании;
 - e. Данные счётчиков сайта;
 - f. Открытые данные внешних источников, которые могут помочь с формированием гипотезы о внешнем влиянии (данные о погоде, времени суток, курсе биржи и т.д.).
16. При работе, старайтесь брать адекватный объём данных. В большинстве случаев, нет необходимости проводить анализ 1 000 000 записей. Достаточно 1 000 - 50 000, чтобы показать тренд.

2.10. ВКР должна демонстрировать умение студента использовать методы анализа и исследования, изученные в дисциплинах учебного плана. Привлекаемый эмпирический материал (при наличии) должен быть документирован (гайды интервью, скрипты, расчёты, видеоматериалы, проч.) и представлен в Приложении к ВКР. Совокупность полученных в такой работе результатов/выводов должна свидетельствовать о наличии у её автора навыков аналитической, исследовательской и практической работы в избранной области профессиональной деятельности.

III. Требования к оформлению ВКР

3.1. Обзорно-аналитическая справка о кейсе

3.1.1 Объем обзорно-аналитической справки составляет от 15 до 25 страниц (от 25 до 45 тысяч знаков с пробелами) печатного текста (исключая список источников и приложений).

3.1.2 Титульный лист оформляется в соответствии с Приложением №1

3.1.3 Текст выполняется в редакторе Microsoft Word 7.0 и выше для Windows или в аналогичных программах. Гарнитура – Times New Roman. Величина шрифта в тексте – 14 кегль. Межстрочный интервал – 1,5. Поля: верхнее – 2 см.; нижнее – 2,5 см.; левое – 3 см.; правое – 1,5 см. Отступ абзаца – 1,25 см. Выравнивание по ширине.

3.1.4 Сноски печатаются шрифтом Times New Roman – 10 кегль; выравнивание по ширине. Отступ абзаца – 1,25 см. Для оформления ссылачно-сносочного аппарата обязательным является следующий стандарт: ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». В работе используется система постраничных сносок со сквозной нумерацией, с дальнейшим формированием библиографического списка в конце работы. Запрещается использовать для акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, теоремах, различное начертание шрифтов: полужирный, курсив, подчеркнутый.

3.1.5 Страницы ВКР с рисунками и приложениями должны иметь сквозную нумерацию. Первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не проставляется. Страницы ВКР следует нумеровать арабскими цифрами. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Каждая новая глава начинается с новой страницы.

Правила написания буквенных аббревиатур.

В тексте ВКР, кроме общепринятых буквенных аббревиатур, могут быть использованы вводимые лично авторами буквенные аббревиатуры, сокращенно обозначающие какие-либо понятия из соответствующих областей знания. При этом первое упоминание таких аббревиатур указывается в круглых скобках после полного наименования, в дальнейшем они употребляются в тексте без расшифровки.

Правила написания формул, символов.

Формулы располагают отдельными строками в центре листа или внутри текстовых строк. В тексте рекомендуется помещать формулы короткие, простые, не имеющие самостоятельного значения и не пронумерованные. Наиболее важные формулы, а также длинные и громоздкие формулы, содержащие знаки суммирования, произведения, дифференцирования, интегрирования, располагают на отдельных строках. Для экономии места несколько коротких однотипных формул, выделенных из текста, можно помещать на одной строке, а не одну под другой. Для начертания формул рекомендуется использовать компьютерные редакторы формул (например, Microsoft Equation, LaTeX или подобные).

Нумеровать следует наиболее важные формулы, на которые имеются ссылки в работе. Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами в круглых скобках у правого края страницы.

Правила оформления таблиц, рисунков, графиков

Таблицы и рисунки должны иметь названия и порядковую нумерацию (например, табл. 1, рис. 3). Нумерация таблиц и рисунков должна быть сквозной для

всего текста выпускной квалификационной работы. Порядковый номер таблицы проставляется в левом верхнем углу над ее названием. В каждой таблице следует указывать единицы измерения показателей и период времени, к которому относятся данные. Если единица измерения в таблице является общей для всех числовых табличных данных, то ее приводят в заголовке таблицы после ее названия.

Порядковый номер рисунка и его название проставляются под рисунком. При построении графиков по осям координат вводятся соответствующие показатели, буквенные обозначения которых выносятся на концы координатных осей, фиксируемые стрелками. При необходимости вдоль координатных осей делаются поясняющие надписи.

Правила цитирования источников

При использовании в ВКР материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать список использованной литературы. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений включаются в ВКР со ссылкой на источник. Отсутствие ссылки на источник является нарушением правил цитирования, согласно Порядку применения дисциплинарных взысканий при нарушениях академических норм в написании письменных учебных работ в Государственном университете – Высшей школе экономики и Правилами внутреннего распорядка обучающихся Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Правила оформления списка источников и литературы

Список использованных в ВКР источников и литературы составляется с учетом требований государственного стандарта и дается в алфавитном порядке. Если в работе использован достаточно обширный круг источников и научной литературы, то возможно деление указанного списка на части. Вначале идет список источников (официальных документов, законодательных актов, мемуаров и т.д.), затем следует литература, которая может быть разделена на следующие части – монографии, научные статьи, периодика и т.д. Сначала следуют источники и литература на русском языке, а затем – литература на иностранных языках. Все работы в списке использованных источников и литературы перечисляются в алфавитном порядке (по фамилии автора) и с указанием полных выходных данных. В случае отсутствия фамилии автора (например, статьи в тематическом сборнике или в коллективной монографии), работа располагается в списке исходя из первой буквы названия.

При оформлении списка источников и литературы указываются, согласно ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления» следующие реквизиты книги: фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства и количество страниц. Для статей, опубликованных в периодической печати, следует указывать наименование издания, номер, год, а также занимаемые страницы.

Правила оформления приложений

Приложение – заключительная часть ВКР, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы или аргументации тезисов автора. В приложения может быть

вынесен материал, который по своему объему будет занимать в основном тексте работы объем более 1 страницы. По содержанию приложения могут быть очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, копии официальных документов (сканированные изображения), таблицы, графики, карты.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и иметь тематический заголовок.

При наличии в работе более одного приложения их следует пронумеровать. Нумерация страниц, на которых даются приложения, должна быть сквозной и продолжать общую нумерацию страниц основного текста. Связь основного текста с приложениями осуществляется через ссылки, которые употребляются со словом «смотри», оно обычно сокращается и заключается вместе с шифром в круглые скобки по форме. Отражение приложения в оглавлении работы делается в виде самостоятельной рубрики с полным названием каждого приложения. В приложения не включается список использованной литературы

3.2. Презентация

Презентация представляется в шаблоне, согласованном с руководителем ВКР. Презентация должна содержать не менее 20 и не более 30 слайдов. Формат представления PDF.

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»»**

Факультет креативных индустрий

Фамилия Имя Отчество автора

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ ВКР

**Выпускная квалификационная работа – МАГИСТЕРСКИЙ ПРОЕКТ
по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
образовательная программа «Управление стратегическими
коммуникациями»**

Рецензент

(должность, звание, Ф.И.О.)
Ф.И.О.)

Руководитель

(должность, звание,
Ф.И.О.)

Соруководитель *

(должность, звание, Ф.И.О.)

Москва – 202__

* При наличии.

