

## Факультет креативных индустрий

# Методические рекомендации по подготовке выпускной квалификационной работы студентов образовательной программы магистратуры

## «Интегрированные коммуникации» (для 2022 и 2023 г. набора)

### 1. Общие положения

1.1 Настоящие Правила разработаны в соответствии с Положением о курсовой и выпускной квалификационной работе студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» «Высшая школа экономики»<sup>1</sup> (далее по тексту Положение).

1.2 Настоящие Правила предназначены для обучающихся по направлению подготовки магистра (42.04.01) «Реклама и связи с общественностью».

1.3. Обучающийся обязан выполнять ВКР в соответствии с требованиями, установленными настоящими Правилами и Положением, а также требованиями, предъявляемыми в процессе изучения научно-исследовательского семинара образовательной программы «Интегрированные коммуникации».

1.4. ВКР является обязательным элементом образовательной программы «Интегрированные коммуникации», формой научно-исследовательской, проектной работы студента.

1.5. ВКР является итоговой работой по реализации исследовательских навыков в форме магистерской диссертации (далее - МД) или магистерского проекта (далее – МП). ВКР является продолжением курсовой работы, выполненной студентом на первом году обучения, если иное не предусмотрено индивидуальным учебным планом студента.

### 2. Рекомендации по организации работы

2.1. ВКР и КР выполняются студентом только в индивидуальном формате.

2.2. ВКР и КР могут быть выполнены как на русском, так и на английском языке.

2.3. Выпускная квалификационная работа представляет собой финальную работу, в которой должны быть отражены все ключевые знания, полученные студентом в течение всего периода обучения.

2.4. При написании КР и ВКР студент должен соблюдать основные этические принципы (см. раздел 4 методических рекомендаций).

2.5. Студент обязан подписать задание на выполнение КР/ВКР до начала выполнения работы и соблюдать установленные дедлайны основных этапов, указанных в задании и в приложениях 3, 14 (для КР), 24 (для ВКР) в Программе практики ОП «Интегрированные коммуникации».

2.6. Основные этапы выполнения КР и ВКР представлены в Программе практики образовательной программы «Интегрированные коммуникации» (далее Программа)

---

<sup>1</sup> Утверждено Ученым советом НИУ ВШЭ протоколом от 28.11.2014 № 08, введенными в действие приказом от 29.03.2016 № 6.18.1-01/2903-05, с изменениями, утвержденными ученым советом НИУ ВШЭ протоколом от 26.02.2016 № 03, введенными в действие приказом от 29.03.2016 № 6.18.1-01/2903-05

### 3. Структура и содержание работы

3.1. ВКР на магистерской программе “Интегрированные коммуникации” реализуется в двух видах: магистерская диссертация, магистерский проект.

3.2. Магистерская диссертация (МД) включает следующие обязательные структурные элементы: Титульный лист; Содержание; Введение; Основная (содержательная) часть, включающая в себя минимум две главы – концептуальную и эмпирическую; Заключение; Список использованных источников и литературы; Приложения (при наличии, не являются обязательным элементом структуры работы).

Магистерский проект (МП) содержит следующие обязательные структурные элементы: Титульный лист; Содержание; Введение; Основная (содержательная) часть, включающая в себя минимум четыре главы: концептуальную, обзор рынка, эмпирическую и практическую; Заключение; Список использованных источников и литературы; Приложения (разработанные материалы для заказчика)

#### *Требования для Магистерской Диссертации*

3.2.1. Введение: должно выполнять ознакомительную функцию и на основе релевантных тематике академических источников давать читателю представление о причинах выбора темы, её исследовательской ценности, цели и структуре работы.

Введение погружает читателя в тему исследования, посредством обоснования выбора данной темы и исследовательского интереса автора. Введение выполняет ознакомительную функцию, контекстуализируя предмет/тему исследования посредством демонстрации источников, необходимых для понимания читателем цели и структуры исследования. На основе краткого обзора данных источников автор должен ответить на следующие вопросы: что я изучаю? Почему данная тема заслуживает изучения? Как мое исследование углубит/расширит актуальное понимание данной тематики? Какая цель моего исследования и как его этапы способствуют ее достижению?

3.2.2. Основная (содержательная) часть работы: должна включать в себя минимум 2 главы – концептуальную и эмпирическую. Главы должны быть разделены на два и более параграфов. Главы и параграфы должны иметь содержательные названия.

Пример несодержательных названий: Глава 1. Теоретическая/Литературный обзор. Глава 2. Эмпирическая.

##### 3.2.2.1. Концептуальная глава

Критерии оценивания концептуального структурного элемента работы:

- релевантность использованных источников по теме исследования;
- анализ научной дискуссии о проблеме исследования;
- корректность авторских обобщений;
- ясность изложения необходимой к изучению причинно-следственной связи;
- обоснованность концептуализации основных понятий.

Литературный обзор должен представлять собой концептуальные главы(у) исследования, которые имеют содержательные названия. В работе студента должны присутствовать релевантные теме исследования источники. В рамках работы над КР/ВКР студент может обращаться к: научным статьям, книгам, монографиям, диссертациям, хэндбукам и другим академическим источникам.

В рамках литературного обзора студент должен рассмотреть работы, напрямую связанные с темой его работы. Автор не должен лишь пересказывать исследований других авторов, но должен проводить систематизацию научной дискуссии, связанной с проблемой исследования.

Проблема исследования демонстрирует актуальное состояние научного знания о предмете/теме исследования, необходимое для выявления и презентации следующих нужных/полезных/необходимых/конструктивных/обогащающих способов включения в вышеупомянутую научную дискуссию с целью углубления и расширения данной дискуссии: противоречие точек зрения на предмет/тему, объяснения причинно-следственных связей; использование различных теоретических концепций для объяснения предмета/темы. В рамках демонстрации проблемы исследования студент должен ответить на следующие вопросы: Как мое исследование поможет развитию в исследуемой мной области? Почему мое исследование важно и имеет ценность?

В процессе концептуализации автор в рамках рассмотренной выше академической дискуссии, автор выбирает подходящие ему концепты и вырабатывает свою собственную концептуальную рамку исследования с использованием релевантного данному концепту терминологического аппарата. Данная концептуальная рамка необходима для уточнения исследовательского вопроса и возможной формулировки гипотез.

#### 3.2.2.2. Эмпирическая глава

Критерии оценивания эмпирического структурного элемента работы:

- обоснованность и корректность использования методов сбора данных и инструментария (анкеты социологического опроса, протокола наблюдения, гайда полу структурированного интервью и т. д.);
- использование результатов концептуальной части исследования при разработке инструментов для сбора данных;
- корректность использования метода анализа эмпирических данных, интерпретации полученных результатов.

Выбранные автором методы сбора данных должны соответствовать цели исследования и обеспечивать её достижение.

Выбранные автором инструментарий должен соответствовать выбранному методу и базироваться на результатах концептуализации и операционализации (если последнее необходимо). Так, при составлении анкеты для проведения социологического опроса автор использует концептуализацию и операционализацию.

Метод анализа данных должен соответствовать цели исследования (т. е. позволяет автору её достичь и проверить гипотезы, если они есть). Автор должен чётко прописать метод анализа данных и описать процедуру анализа.

Результаты эмпирической части должны носить интерпретативный, а не описательный характер, т. е. студент должен не просто описывать распределение ответов по вопросам, а проводить анализ, сопоставлять результаты по разным переменным и давать содержательную, а не только статистическую интерпретацию.

3.2.3. Заключение: должно выполнять функцию демонстрации полученного нового знания и его ограничений. В рамках заключения автор должен обобщить итоги своей работы, а именно, поместить полученные выводы в контекст указанной им ранее академической дискуссии с целью лучшего понимания границ полученного нового знания; демонстрации ограничений исследований и формулирования возможных перспектив будущих исследований по данной теме. Также в заключении необходимо описать возможные способы практического применения результатов исследования.

3.2.4. Базы данных: вне зависимости от выбранных методов исследования, каждый метод должен быть подкреплён базами данных. Ссылка на базы данных обязательно должна быть размещена на титульном листе ВКР. Подробные требования к базам данных для ВКР размещены в приложении 19 Программы практики образовательной программы “Интегрированные коммуникации”.

#### *Требования для Магистерского Проекта*

3.2.5. Введение: должно выполнять ознакомительную функцию и сообщать читателю о проблематике проектного кейса.

Введение кратко погружает читателя в состояние описываемого рынка, на котором действует бренд, и в специфику маркетинговой деятельности бренда-заказчика в сфере тематики работы. Введение описывает контекст бренда, его текущую ситуацию (проблемную ситуацию), целевую аудиторию, цели и задачи (бизнес, маркетинговые и коммуникационные), в соответствии с Техническим заданием от заказчика (Приложение 16 Программы практики образовательной программы “Интегрированные коммуникации”).

Также введение описывает структуру работу и дает краткое описание ключевых концепций, которые будут использоваться в работе для решения задачи заказчика.

Введение отвечает на вопросы: какую задачу я решаю? Почему возникла данная задача и почему она актуальна в текущих условиях? За счет каких академических и практических подходов я смогу решить данную задачу?

3.2.6. Основная (содержательная) часть должна включать в себя минимум четыре главы: концептуальную, обзор рынка, эмпирическую и практическую.

Главы должны быть разделены на два и более параграфов. Главы и параграфы должны иметь содержательные названия.

Пример несодержательных названий: Глава 1. Теоретическая/Литературный обзор. Глава 2. Эмпирическая.

#### 3.2.6.1. Концептуальная глава

Критерии оценивания концептуального элемента работы:

- релевантность использованных источников по теме проекта;
- анализ научной дискуссии по теме проекта;
- корректность авторских обобщений;
- ясность изложения необходимой к изучению причинно-следственной связи;
- обоснованность концептуализации основных понятий.

Литературный обзор должен представлять собой концептуальные главы(у) исследования, которые имеют содержательные названия. В работе студента должны присутствовать релевантные теме исследования источники. В рамках работы над КР/ВКР студент может обращаться к: научным статьям, книгам, монографиям, диссертациям, хэндбукам и другим академическим источникам.

В рамках литературного обзора студент должен рассмотреть работы, напрямую связанные с темой его работы. Автор не должен лишь пересказывать исследований других авторов, но должен проводить систематизацию научной дискуссии, которая может быть связана с: спецификой задачи заказчика, спецификой целевой аудитории, ее поведенческих особенностей на целевом рынке, и/или сегментов целевой аудитории, особенностями использования рассматриваемых коммуникационных инструментов на целевом рынке и/или референсных рынках, и др.

Концептуальная глава демонстрирует актуальное состояние научного знания о выбранном предмете/теме, противоречие точек зрения на предмет/теме, объяснения причинно-следственных связей; использование различных теоретических концепций для объяснения предмета/темы. В рамках данной главы студент должен ответить на следующие вопросы: Как современные научные знания и концепции помогут мне достичь цели моего проекта? Какие актуальные подходы я могу использовать при проведении исследования, необходимого для создания рекомендаций?

В процессе концептуализации автор в рамках рассмотренной выше академической дискуссии, автор выбирает подходящие ему концепты и вырабатывает свою собственную концептуальную рамку исследования с использованием релевантного данному концепту терминологического аппарата. Данная концептуальная рамка необходима для дальнейшего анализа рынка, проведения эмпирического исследования и составления рекомендаций для заказчика.

#### 3.2.6.2. Анализ рынка

Критерии оценивания анализа рынка:

- релевантность использованных источников аналитики рынка и потребителя;
- релевантность выбранных для анализа брендов конкурентов (прямых и косвенных) и бенчмарков;
- выделение проблем/возможностей на рынке;
- выделение особенностей потребительского поведения;
- корректность выводов о состоянии рынка;
- использование результатов концептуальной части исследования для анализа конкурентов и бенчмарков;

Анализ рынка должен включать: общую характеристику состояния рынка и поведения потребителей на рынке на основе исследований, совершенных индустриальными компаниями, описание прямых конкурентов, косвенных конкурентов, зарубежных бенчмарков и анализ коммуникативных практик/сообщений конкурентов.

Для общей характеристики состояния рынка и поведения потребителей на рынке автор должен выбирать внушающие доверия источники, такие как: исследования фондов общественного мнения и институтов, маркетинговых исследовательских агентств, собственные исследования компаний, действующих на рынке, профессиональных ассоциаций. Автор не может опираться на статьи с экспертным мнением, профессиональные суждения игроков рынка (кроме случаев, когда автор проводит полноценный контент-анализ экспертных мнений) и нерепрезентативные

исследования, проводимые компаниями на недостаточной выборке или со спорной методологией исследования.

Выбор брендов для анализа должен быть обоснован. При анализе брендов автор должен критически оценивать коммуникационные практики и стратегические сообщения брендов в области тематики проекта (если задача заказчика - создать стратегию присутствия в социальных сетях, то в анализе конкурентов должно быть проанализировано присутствие конкурентов и бенчмарков в социальных сетях; если задача заказчика - создать бренд-стратегию, то в анализе конкурентов должны быть проанализированы бренд-стратегии конкурентов и бенчмарков). Анализ не должен описывать историю компании, биографий ключевых лиц или особенности продуктов (если последнее не обусловлено задачами проекта), или давать другую нерелевантную теме исследования справку о деятельности брендов.

Вместе с анализом конкурентов автор должен обязательно провести анализ бренда-заказчика по той же структуре, которая была выбрана для анализа конкурентов.

Анализ рынка должен заканчиваться выводами о состоянии рынка и конкурентной среды заказчика, месте бренда в конкурентном поле, выделением проблем и возможностей для бренда на рынке с учетом особенностей рынка и потребителя на рынке.

#### 3.2.6.3. Эмпирическая глава

Критерии оценивания эмпирического структурного элемента работы:

- обоснованность и корректность использования методов сбора данных и инструментария (анкеты социологического опроса, протокола наблюдения, гайда полу структурированного интервью и т. д.);
- использование результатов концептуальной части исследования при разработке инструментов для сбора данных;
- корректность использования метода анализа эмпирических данных, интерпретации полученных результатов.

Выбранные автором методы сбора данных должны соответствовать цели проекта и обеспечивать её достижение.

Выбранные автором инструментарий должен соответствовать выбранному методу и базироваться на результатах концептуализации и операционализации (если последнее необходимо). Так, при составлении анкеты для проведения социологического опроса автор использует концептуализацию и операционализацию.

Метод анализа данных должен соответствовать цели работы (т. е. помогает автору собрать данные, которые будут использованы для дальнейшего создания рекомендаций для бренда-заказчика). Автор должен чётко прописать метод анализа данных и описать процедуру анализа.

Результаты эмпирической части должны носить интерпретативный, а не описательный характер, т. е. студент должен не просто описывать распределение ответов по вопросам, а проводить анализ, сопоставлять результаты по разным переменным и давать содержательную, а не только статистическую интерпретацию.

#### 3.2.6.4. Практическая глава

Критерии оценивания эмпирического структурного элемента работы:

- соответствие рекомендаций поставленной во введении задаче
- соответствие рекомендаций выделенным в рамках анализа рынка угрозам/возможностям/потребностям потребителя;
- последовательность и логичность предложений;
- полноценность решения задачи, поставленной в ТЗ
- реализуемость предлагаемых рекомендаций и измеримость результатов.

Рекомендации обязательно должны быть проиллюстрированы приложениями - разработанными практическими материалами для заказчика (например, контент-планом, экосистемой коммуникаций, коммуникационной матрицей, пирамидой бренда, списком рекомендуемых блогеров, сценариями рекламных роликов и так далее - в зависимости от задач проекта)

Практическая глава должна описывать:

- целевую аудиторию проекта, ее сегменты, специфику целевой аудитории и сегментов, выбор фокусного(ых) сегментов целевой аудитории для реализации проекта и его обоснование

- созданное стратегическое сообщение и то, как это сообщение встраивается в текущую маркетинговую стратегию бренда-заказчика, отвечает задачам бренда, особенностям рынка и фокусного/ых сегментов целевой аудитории. Может быть добавлена коммуникационная матрица, показывающая адаптацию ключевого сообщения на разные сегменты целевой аудитории и на разные каналы.
- коммуникационные рекомендации по тематике ТЗ. Рекомендуется описывать рекомендации от общего к частному: начиная от общего обзора структуры рекомендаций (например, общее описание экосистемы коммуникаций проекта или правил контентной политики бренда), углубляясь в конкретные рекомендации. Рекомендации должны иметь практическую ценность, быть реализуемыми (с точки зрения степени проработанности (их можно внедрять в текущем виде без последующей доработки); материальных возможностей бренда-заказчика (например, рекомендации не могут предлагать устроить массовую ТВ-кампанию небольшому бренду индивидуального предпринимателя); юридических особенностей маркетинга и коммуникаций на рынке заказчика (рекомендации не должны противоречить законодательству); и др). Рекомендации должны полностью решать задачу, поставленную заказчиком в ТЗ.
- прогнозируемые результаты внедрения рекомендаций, метрики

Практические рекомендации не должны описывать общеизвестные факты о функционировании коммуникационного инструмента (кроме случаев использования инновационного или технически сложного инструмента) или давать общие советы его использования (например, приведение описания функций, доступных в каналах Telegram, или рекомендации планировать контент для размещения заранее).

3.2.7. Заключение: должно демонстрировать результаты работы, соотнося их с выделенными во введении задачи, определять ограничения и перспективы для внедрения рекомендаций.

3.2.8. Базы данных: вне зависимости от выбранных методов исследования, каждый метод должен быть подкреплён базами данных. Ссылка на базы данных обязательно должна быть размещена на титульном листе ВКР. Подробные требования к базам данных для ВКР размещены в приложении 19 Программы практики образовательной программы «Интегрированные коммуникации».

3.2.9. Приложения: в приложения к МП автор должен вынести заполненное и утвержденное Техническое задание от заказчика проекта (Приложение 16 Программы практики образовательной программы «Интегрированные коммуникации»). Также в приложениях должны содержаться разработанные для заказчика материалы (подробнее смотри пункт 3.2.6.4.). В приложения автор также может выносить иллюстративные материалы к другим главам работы.

3.3. КР на магистерской программе «Интегрированные коммуникации» реализуется в двух видах: исследовательская курсовая работа, курсовой проект

3.4. КР представляет собой часть ВКР, выполняемую студентом в первом году обучения. КР должно включать в себя:

Для Исследовательской курсовой работы (перерастающей в Магистерскую диссертацию на втором году обучения): Титульный лист; Содержание; Введение; Концептуальная глава работы и Дизайн эмпирического исследования, планирующего для проведения на втором году обучения; Заключение; Список использованных источников и литературы; Приложения (при наличии, не являются обязательным элементом структуры работы).

Для Курсового проекта (перерастающей в Магистерский проект на втором году обучения): Титульный лист; Содержание; Введение; Концептуальная глава работы, Анализ рынка и Дизайн эмпирического исследования, планирующего для проведения на втором году обучения; Заключение; Список использованных источников и литературы; Приложения (В обязательном порядке: Техническое задание от заказчика. Другие материалы прикладываются студентом на его усмотрение)

При разработке структурных элементов должны учитываться рекомендации, описанные выше для структурных элементов ВКР соответствующего типа.

3.4.1. Пояснение о структурном элементе «Дизайн эмпирического исследования»

Критерии оценивания структурного элемента:

- обоснованность и корректность использования методов сбора данных и инструментария (анкеты социологического опроса, протокола наблюдения, гайда полу структурированного интервью и т. д.);
- использование результатов концептуальной части исследования при разработке инструментов для сбора данных;

Дизайн эмпирического исследования должен описывать цель и задачи исследования, методы сбора и анализа данных, критерии формирования выборки, требования к стимульным материалам (при наличии). В случае применения количественной исследовательской стратегии необходимо представить описание и обоснование операционализации ключевых переменных. При использовании качественной стратегии также следует продемонстрировать инструментарий по сбору и анализу данных (например, описать и обосновать структуру гайда глубинного интервью/сценария фокус-группы и привести примеры вопросов). В смешанном исследовании необходимо также охарактеризовать тип смешанного дизайна. Описание дизайна исследования должно сопровождаться обоснованием принятых решений.

3.5. Студент в праве изменить тему исследования во втором году обучения и не использовать результаты Курсовой работы в ВКР.

## 4. Этика проведения исследований

4.1. При написании курсовой и дипломной работы студент должен соблюдать основные этические принципы:

- 1) принцип пользы от исследовательской деятельности
- 2) принцип справедливого отбора участников исследования
- 3) принцип уважения к личности и автономии респондента.

4.2. Перед началом исследования, в рамках которого исследователь лично взаимодействует с участниками исследования (например, в рамках экспертного или полуструктурированного интервью, эксперимента и т. п.), студент должен детально проинформировать участника исследования о ходе сбора эмпирических данных, предоставить информированное согласие и ответить на возникающие вопросы участника.

4.3. Информированное согласие включает в себя:

- цель исследования;
- процедуру участия в исследовании;
- процедуру отказа от участия в исследовании;
- возможные риски и неудобства для участника исследования (например, психологический дискомфорт);
- пользу от исследования для общества и/или участника исследования;
- продолжительность исследования;
- компенсацию за участие (если она предусмотрена);
- освещение вопроса об использовании данных и конфиденциальности собранной информации;
- заявление о том, что участие является добровольным и что отказ от него не приведет к каким-либо негативным последствиям;
- контактную информацию исследователя;

4.4. В силу специфики темы или методологии исследования исследователь не всегда может полноценно информировать участников о цели исследования и его теме, однако это считается допустимым при условии, что после завершения этапа сбора эмпирических данных исследователь полноценно проинформирует участников о программе исследования, и повторно запросит разрешение использования собранных данных и предоставит информированное согласие.

4.5. При работе с особыми группами студент должен пройти этическую комиссию перед реализацией исследования. К особым группам относятся уязвимые группы населения, а также группы, находящиеся в зависимых отношениях с автором работы на момент проведения исследования:

- дети;
- беженцы
- нелегальные мигранты
- секс-работники

- люди, страдающие от ментальных проблем
- диссиденты
- травмированные люди (в связи риском повторной травматизации люди)
- и т.д.