

Факультет креативных индустрий

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

**«Интегрированные коммуникации»
(для 2024 г. набора)**

Разработчики: Грязева Лариса Евгеньевна, Пронкина Елена Сергеевна, Захарова Александра Игоревна, Грызунова Елена Аркадьевна, Каширских Олег Николаевич, Соколова Кира Владимировна

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»¹ (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».

¹ 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

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

3. Структура и содержание Курсовой работы

3.1. КР на магистерской программе «Интегрированные коммуникации» реализуется в двух видах: исследовательская курсовая работа (далее ИКР) и курсовой проект (далее КП).

3.2. ИКР 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).

КП содержит следующие обязательные структурные элементы: Титульный лист; Содержание; Введение; Основная (содержательная) часть, включающая в себя минимум две главы: концептуальную (состоящую из анализа научной литературы и анализа рынка), эмпирическую; Заключение; Список использованных источников и литературы; Приложения (при наличии, не являются обязательным элементом структуры работы).

Требования для Исследовательской курсовой работы

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 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 КР. Подробные требования к базам данных для КР размещены в приложении 19 Программы практики образовательной программы «Интегрированные коммуникации».

Требования для Курсового 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 работы и даёт 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 счёт каких академических и практических подходов я смогу решить данную задачу?

3.2.6. Основная (содержательная) часть должна включать в себя минимум две главы: концептуальную, включающую в себя два раздела: “Анализ научной литературы” и “Анализ рынка, 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.

3.2.6.1. Концептуальная глава

Раздел “Анализ научной литературы”

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?

Раздел “Анализ рынка”

Критерии оценивания анализа рынка:

- релевантность использованных источников аналитики рынка и потребителя;
- выделение проблем/возможностей на рынке;
- выделение особенностей потребительского поведения;
- корректность выводов о состоянии рынка;

Анализ рынка должен включать: общую характеристику состояния рынка и поведения потребителей на рынке на основе исследований, совершенных индустриальными компаниями

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.

Анализ рынка должен заканчиваться выводами о состоянии рынка, особенностях и поведении потребителя. Студент должен выделить то, какой информации ему достаточно для решения кейса заказчика, а какой информации о потребителе и рынке не хватает (выделить пробелы в знаниях о потребителе и рынке).

В процессе рассмотрения академической дискуссии и данных индустриальных источников, автор выбирает подходящие ему концепты и вырабатывает свою собственную концептуальную рамку исследования.

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 (раздел “анализ научной литературы” при разработке инструментов для сбора данных;
- использование выводов раздела “анализ рынка” и закрытие выделенных пробелов в знаниях о потребителе и рынке, выделенных в концептуальной главе
- корректность использования метода анализа эмпирических данных, интерпретации полученных результатов.

Эмпирическое исследование должно касаться исследования аудитории заказчика (ее профиля, потребностей, восприятия бренда, рынка и конкурентов, и др - на основе информации о пробелах в знаниях о потребителе и рынке, выделенной студентом из индустриальных источников, а также требований Технического задания) - но дизайн может и также включать другие типы исследований

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

Выбранный 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.

3.2.7. Заключение: должно демонстрировать результаты работы, презентовать план практической части работы, которая будет проделана на втором году обучения.

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 КР. Подробные требования к базам данных для КР 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.

4. Структура и содержание ВКР

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

4.2. 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) состоит из двух обязательных частей:

1. Текстовый документ, который содержит следующие обязательные структурные элементы: Титульный лист; Содержание; Введение; Основная (содержательная) часть, включающая в себя минимум две главы: концептуальную (состоящую из анализа научной литературы и

- анализа рынка; Заключение; Список использованных источников и литературы; Приложения (при наличии, не являются обязательным элементом структуры работы).
2. Презентацию, включающую краткое изложение исследования, анализ конкурентного поля, рекомендации (стратегические и тактические), помогающие в решении задачи заказчика, приложения (разработанные материалы для заказчика)

Требования для Магистерской Диссертации

4.2.1. 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?

4.2.2. Основная (содержательная) часть работы: должна включать в себя минимум 3 главы – концептуальную, эмпирическую с исследованием первого года, эмпирическую с исследованием второго года. 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.

4.2.2.1. 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.

4.2.2.2. Эмпирические главы

В рамках Магистерской диссертации студент должен презентовать два последовательно совершенных исследования: исследование первого года (в рамках Исследовательской курсовой работы) и исследование второго года (в рамках Магистерской диссертации).

Для исследования второго года, в рамках Магистерской Диссертации - в отличие от Исследовательской Курсовой работы - студент обязан применить мультимодальный или смешанный дизайн исследования.

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.

4.2.3. 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.

4.2.4. 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

При защите Магистерского проекта студент должен продемонстрировать два типа документов:

1. Текстовый документ, включающий
 - Титульный лист ([Приложение 17 п 17.2](#)) со ссылкой на базу данных по проведенному исследованию и ссылкой на папку, содержащую презентацию (см пункт 2) и приложения к магистерскому проекту;
 - Содержание;
 - Введение, включающее описание цели и задач проекта исходя из ТЗ, идентификацию проблемной ситуации, связанной с кейсом;
 - Основная (содержательная) часть, включающая в себя минимум три главы: концептуальную, обзор рынка, эмпирическую ;
 - Заключение (план практической части работы, демонстрируемой в презентации (см пункт 2)) ;
 - Список использованных источников и литературы;
2. Презентацию с практическими рекомендациями, направленными на решение кейса

Содержание текстового блока МП:

4.2.5. 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 работы 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?

4.2.6. Основная (содержательная) часть должна включать в себя минимум две главы: концептуальную, состоящую из двух разделов, 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.

4.2.6.1. Концептуальная глава

Раздел “Анализ научной литературы”

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?

Раздел “Анализ рынка”

Критерии оценивания анализа рынка:

- релевантность использованных источников аналитики рынка и потребителя;
- выделение проблем/возможностей на рынке;
- выделение особенностей потребительского поведения;
- корректность выводов о состоянии рынка;

Анализ рынка должен включать: общую характеристику состояния рынка и поведения потребителей на рынке на основе исследований, совершенных индустриальными компаниями

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.

Анализ рынка должен заканчиваться выводами о состоянии рынка, особенностях и поведении потребителя. Студент должен выделить то, какой информации ему достаточно для решения кейса заказчика, а какой информации о потребителе и рынке не хватает (выделить пробелы в знаниях о потребителе и рынке).

В процессе рассмотрения академической дискуссии и данных индустриальных источников, автор выбирает подходящие ему концепты и вырабатывает свою собственную концептуальную рамку исследования.

4.2.6.3. 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 (раздел “анализ научной литературы” при разработке инструментов для сбора данных;
- использование выводов раздела “анализ рынка” и закрытие выделенных пробелов в знаниях о потребителе и рынке, выделенных в концептуальной главе
- корректность использования метода анализа эмпирических данных, интерпретации полученных результатов.

Эмпирическое исследование должно касаться исследования аудитории заказчика (ее профиля, потребностей, восприятия бренда, рынка и конкурентов, и др - на основе информации о пробелах в знаниях о потребителе и рынке, выделенной студентом из индустриальных источников, а также требований Технического задания) - но дизайн может и также включать другие типы исследований

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.

4.2.7. Заключение: должно демонстрировать результаты исследования и представлять план презентации с рекомендациями для заказчика

4.2.8. 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”.

4.2.9. Приложения: В приложения к текстовой части работы автор может выносить иллюстративные материалы к другим главам работы.

Содержание блока Презентация

Критерии оценивания структурного элемента работы “Презентация”:

- 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)

Презентация должна демонстрировать :

1. Результаты проведенного исследования (в кратком формате, достаточном для введения в контекст работы) - в том числе выводы о целевой аудитории проекта, ее сегментах, специфике целевой аудитории и сегментов, выбор фокусного(ых) сегментов целевой аудитории для реализации проекта и его обоснование
2. Анализ конкурентного поля заказчика

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

3. Стратегию и тактику решения ТЗ заказчика
 - 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).

4.2.9. Приложения: в приложения к блоку “Презентация” МП автор должен вынести заполненное и утвержденное Техническое задание от заказчика проекта (Приложение 16 Программы практики образовательной программы “Интегрированные коммуникации”) - в рамках презентации либо ссылкой на отдельные файлы. Также в приложениях должны содержаться разработанные для заказчика материалы.

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 с риском повторной травматизации)
- и т.д.