

**ФГБОУ ВО «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК
ШКОЛА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ
ШКОЛА ПОЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

ПОЛОЖЕНИЕ

о конкурсе научно-исследовательских работ
программы «Управление публичными коммуникациями»

1. Общие положения

1.1 Настоящее положение разработано для организации и проведения конкурса научно-исследовательских работ (далее – Конкурс) абитуриентов магистерской программы «Управление публичными коммуникациями» 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

1.2 Целью Конкурса является привлечение к обучению на программе лучших абитуриентов и формирование кадрового потенциала в области управления коммуникациями.

1.3 Наиболее важными задачами, которые ставит перед собой Конкурс, являются:

- стимулирование и поощрение научного творчества студентов;
- комплексная оценка уровня профессиональной подготовки абитуриентов;
- выявление наиболее перспективных идей, технологий, методик, представленных в научно-исследовательских работах.

2. Организация проведения конкурса

2.1 Общее руководство проведением Конкурса осуществляет организационный комитет. Председатель оргкомитета – директор Школы Медиакоммуникаций ИОН РАНХиГС.

В состав оргкомитета входят директора программы «Управление публичными коммуникациями» и ведущие специалисты Школы медиакоммуникаций и Школы политических исследований.

Состав оргкомитета утверждается приказом декана Школы Медиакоммуникаций ИОН РАНХиГС. Оргкомитет собирается для обсуждения вопросов, принятия решений и организации работ, связанных с подготовкой и проведением Конкурса в соответствии с утвержденным календарным планом (Приложение 3).

2.2 Оргкомитет Конкурса:

- разрабатывает положение о проведении Всероссийского конкурса ВКР;

- размещает информацию о Конкурсе на сайтах ИОН РАНХиГС и РАНХиГС;
- информирует участников о проведении Конкурса через социальные сети;
- формирует жюри, состав рецензентов;
- определяет сроки проведения мероприятий конкурса;
- разрабатывает систему оценки научно-исследовательских работ;
- готовит отчет об итогах Конкурса;
- оформляет и рассылает дипломы призерам Конкурса.

2.3 Жюри формируется из специалистов Школы медиакоммуникаций и Школы политических исследований. По решению организаторов Конкурса в состав жюри помимо представителей школ могут входить представители и руководители ведущих консалтинговых, коммуникативных и PR агентств.

Жюри Конкурса оценивает работы участников, определяет победителей. Заседания жюри оформляются протоколами.

Решение жюри является окончательным.

3. Порядок проведения Конкурса

3.1 Конкурс проводится в соответствии с программой, разработанной организаторами.

3.2 На Конкурс принимаются научно-исследовательские работы в области коммуникации, PR и управления, выполненные в 2022 году.

3.3 Для участия в Конкурсе в оргкомитет представляются следующие документы:

- анкета (Приложение 2);
- электронный вариант научно-исследовательской работы.
- при наличии: электронные копии документов, характеризующих значимость работы ее научно-исследовательский, практический уровень: заявка от предприятия, справка о принятии результатов исследования к внедрению, акт о внедрении, публикации и т.д.

Документы отправляются в установленные оргкомитетом сроки на электронный адрес bukharbaeva-ar@ranepa.ru

4. Участники Конкурса

4.1 Участниками Конкурса являются студенты выпускных курсов и специалисты, имеющие законченное высшее образование любых направлений подготовки.

4.2 Участники Конкурса несут ответственность за:

- соблюдение правил научного цитирования и использования научных источников;
- достоверность информации, представленной в конкурсных заявках;
- иное, предусмотренное действующим законодательством.

5. Регламент проведения Конкурса

5.1 Научно-исследовательские работы участников Конкурса принимаются организаторами до 31 мая 2022 г.

5.2 Решения жюри объявляются 25 июня 2022 г.

5.3 Итоговое заседание оргкомитета проводится не позднее 1 июля.

5.4 По результатам конкурсного отбора победители Конкурса награждаются:

I место – сертификат; скидка на обучение на магистерской программы «Управление публичными коммуникациями» 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в размере 100 %

II место – сертификат, скидка на обучение на магистерской программы «Управление публичными коммуникациями» 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в размере 30 %

III место – сертификат, скидка на обучение на магистерской программы «Управление публичными коммуникациями» 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в размере 15 %

Приложение 1.

Требования к научно-исследовательским работам

1. Научно-исследовательская работа, которая участвует в Конкурсе, должна быть оригинальной, выполненной индивидуально.
2. Работы с уровнем оригинальности ниже 85 % к конкурсу не допускаются.
3. К участию в конкурсе допускаются научно-исследовательские работы, написанные на русском или английском языках.
4. Каждый соискатель может подать на Конкурс не более одной работы.
5. Максимальный объем работы 40000 знаков, включая библиографию, приложения, титульный лист и содержание.
6. Работа предоставляется в формате .doc, .docx, или .pdf.
7. Работа состоит из трех частей:
 - введение, в котором присутствует оценка современного состояния решаемой научной проблемы, актуальность и научная новизна исследования, цели и задачи;
 - основная часть, в которой приводятся данные, отражающие сущность работы, обоснование выбранных методов решения задач и описание полученных результатов;
 - заключение, в котором указываются краткие выводы по результатам проведенного научного исследования, а также практическое использование полученных результатов (в случае, если ваше исследование имеет прикладной характер);

- список использованных источников и приложения (при необходимости). В Библиография и сноски должны быть оформлены по ГОСТу.

Правила оформления

1. Цитирование (как прямое, так и пересказ) требует постраничных сносок.
2. Если в работе анализируются фотографии, то фотографии размещаются по ходу текста, а не в конце, и нумеруются.
3. Все использованные медийные материалы (фотографии, комиксы, тексты СМИ, телевизионные передачи, сериалы, фильмы, клипы, материалы в Интернете и т.п. т.д.) должны быть указаны в конце работы в виде списка источников (название, ссылки, дата выпуска/публикации, автор и т.д. – в зависимости от того, что это за источники)
4. При использовании результатов глубинных интервью, экспертных интервью, фокус-групп, пир-групп и т.д. в конце работы оформляется приложение со списком информантов (с указанием пола, возраста, других важных для исследования характеристик), экспертов (с указанием должности, места работы) и т.д. Если была договоренность о сохранении анонимности источника, то необходимо это указать и скрыть ту информацию, которая может нарушить анонимность. Также указывается время, место и способ сбора данных.
5. При использовании результатов массового опроса в конце работы приводится приложение с указанием времени, места, способа проведения опроса и таблица с описательными статистиками в целом по выборке.
6. При использовании результатов эксперимента в конце работы приводится приложение с указанием времени, места, методики проведения эксперимента, перечисляются участники (пол, возраст, другие характеристики, важные для исследования).

Приложение 2.

Анкета участника конкурса научно-исследовательских работ программы
«Управление публичными коммуникациями»

1. Фамилия, имя, отчество (полностью)
2. Дата рождения (число, месяц, год)
3. Домашний адрес (с почтовым индексом)
4. Контактный телефон (обязательно)

5. Электронная почта (обязательно)
6. Образование (наименование учебного(-ых) заведения(-й) и год окончания, специальность(-и))
7. Место основной работы, должность или вид деятельности, род занятий
8. Опыт работы
9. Планы по дальнейшему образованию

Приложение 3

Календарный план проведения конкурса научно-исследовательских работ программы «Управление публичными коммуникациями»

25 марта 2022	Объявление о проведении Конкурса
1 апреля – 31 мая 2022	Прием заявок на участие в Конкурсе
1 июня – 24 июня 2022	Проведение оценки работ, представленных на Конкурс
25 июня 2022	Объявление результатов Конкурса