

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки 39.03.01 – Социология

Уровень высшего образования: бакалавриат

Социология маркетинга
Форма обучения (*очная, очно-заочная*)

Программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Программа государственной итоговой аттестации




Составитель: д.с.н., профессор М.Б. Буланова

д.с.н., доцент Н.Н.Мещерякова

к.с.н., доцент Н.И.Белова

УТВЕРЖДАЮ

Руководители ОПОП ВО

	М.Б. Буланова
	М.Ю. Милованова
	О.В. Китайцева

УТВЕРЖДЕНО


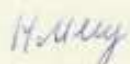

Протокол заседания

Совета социологического факультета

№3 от 19.03.2024

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой теории и
истории социологии
Заведующий кафедрой политической
социологии и социальных технологий
Заведующий кафедрой прикладной
социологии

	М. Б. Буланова
	Н.Н. Мещерякова
	Н.И. Белова

Дата 19 марта 2024 г.

1. Общие положения

1.1. Целью государственной итоговой аттестации выпускников является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВО) по направлению подготовки 39.03.01 Социология.

1.2. Формами государственной итоговой аттестации являются:

- Государственный экзамен¹
- Защита выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).

1.3. Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности:

научно-исследовательская

определять теоретическую базу и методологию социологического исследования в сфере маркетинговой деятельности на основе актуальных концепций, теорий, моделей и подходов;

- создавать теоретические модели социальных явлений и процессов, применять методологию научного познания в профессиональной деятельности;
- разрабатывать и реализовывать программу социологического и маркетингового исследования;
- интерпретировать социальную, экономическую, демографическую и другую релевантную информацию, а также результаты, полученные в ходе собственного социологического исследования в соответствии с выбранным концептуальным подходом;
- представлять результаты научного исследования различным аудиториям.

проектная

разрабатывать и реализовывать проекты в области изучения и прогнозирования социальных процессов, институтов, явлений в сфере маркетинговой деятельности, социальных общностей, потребительского поведения и общественного сознания;

- осуществлять консалтинг и экспертизу социальных составляющих проектов и программ в сфере социологии маркетинга.

1.4. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы высшего образования

Код	Наименование компетенции	Вид государственного испытания, в ходе которого проверяется сформированность компетенции	
		государственный экзамен	защита ВКР
универсальные компетенции (УК)			
УК-1	<i>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</i>	+	+
УК-2	<i>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</i>	+	+

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	+	+
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	+	+
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	+	+
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	+	+
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	+	
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	+	
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействует им в профессиональной деятельности	+	
общефессиональные компетенции (ОПК)			
ОПК-1	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	+	+
ОПК-2	Способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов	+	+
ОПК-3	Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения	+	+
ОПК-4	Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований	+	+
профессиональные компетенции по видам деятельности (ПК)			
научно-исследовательская деятельность			
ПК-1	Способен анализировать, интерпретировать данные фундаментальных и прикладных социологических исследований	+	+
ПК-3	Способен разработать дизайн и методическую стратегию прикладного социологического	+	+

	<i>исследования с учетом специфики исследования рынков</i>		
проектная деятельность			
ПК-2	<i>Способен планировать и проектировать фундаментальные и прикладные социологические исследования</i>	+	+
ПК-4	<i>Способен организовать работы по сбору данных фундаментальных и прикладных социологических исследований</i>	+	+

2. Программа государственного экзамена

2.1. Содержание экзамена

Вопросы по блоку базовых дисциплин

1. Крито-микенская цивилизации и классическая древнегреческая цивилизация.
2. Античная демократия. Власть и общество в афинском полисе в V в. до н.э.
3. История Древнего Рима в царский и республиканский периоды. Устройство Римской республики.
4. Имперский период истории Древнего Рима. Особенности древнеримской культуры и религии.
5. Средневековая западноевропейская цивилизация: периодизация и общая характеристика.
6. Великое переселение народов и романо-германский синтез. Каролингское возрождение.
7. Становление и развитие средневекового парламентаризма.
8. Эпоха Просвещения. Французское Просвещение (Вольтер, Монтескье, Руссо)
9. От обычного права к Русской правде: становление древнерусского законодательства.
10. Русь и Золотая Орда: характер взаимоотношений
11. Собираание земель вокруг Москвы во второй половине XV нач. XVI вв.: формирование территории государства
12. Русский царизм во второй половине XIX в.
13. Русские революции 1905 и 1917 гг.
14. Социалистическое строительство и СССР.
15. Основные виды «базовой» физической культуры.
16. Критерии уровня физической культуры личности
17. Основные факторы риска для образа жизни.
18. Основные составляющие здорового образа жизни
19. Гигиена: определение понятия, цели и задачи
20. Активный отдых: определение, понятия и виды.
21. Современное состояние физической культуры. Закон о физической культуре и спорте. Компетентностная физическая культура.
22. Спорт. Классификация видов спорта. Особенности занятий индивидуальным видом спорта или системой физических упражнений.

Вопросы по теории и истории социологии

1. Гражданское общество как объект социологии.
2. Современная трактовка предмета социологии
3. Базовые понятия социологии.
4. Структура социологического знания.
5. Социальная статика и динамика в социологии О. Конта.
6. К. Маркс о стадиях развития общества.

7. Г. Спенсер о строении и эволюции общества.
8. Теория социальной мобильности П. Сорокина.
9. Основные понятия в политической социологии М. Вебера.
10. Э. Дюркгейм об аномии.
11. Жизненный мир и повседневность в социологии А. Шюца.
12. Т. Парсонс об основных подсистемах общества.
13. Методология социального конструктивизма П. Бергера и Т. Лукмана.
14. Социальное поле в концепции П. Бурдьё.
15. Мир-системная социология И. Валлерстайна.
16. Концепция постиндустриального общества.
17. Географический детерминизм Л. Мечникова.
18. Б. Кистяковский о соотношении социологии и права.
19. Учение о социальной эволюции Е. де Роберти.
20. Общество и личность в концепции Н. Кареева.
21. Генетическая социология М. Ковалевского.
22. Концепция героев и толпы Н. Михайловского.
23. Экономический материализм Г. Плеханова.
24. Социология жизни как теоретическая концепция.

Вопросы по прикладной социологии

1. Структура и содержание программы социологического исследования.
2. Основные характеристики и назначение разведывательного, описательного и аналитического исследований
3. Анализ документов как метод сбора социологической информации.
4. Виды выборок в социологическом исследовании и особенности их использования.
5. Критерии определения репрезентативности и валидности данных в социологических исследованиях
6. Метод фокус-групп: сущность и сфера его применения
7. Гипотеза в социологическом исследовании: виды и требования к формулировке
8. Процедуры триангуляции в социологии: цели применения и способы реализации
9. Концептуальные представления и эмпирическая интерпретация понятий «знание», «мнение», «информация»
10. Концептуальные представления и эмпирическая интерпретация понятий «ценностные ориентации» и «установки»
11. Концептуальные представления и эмпирическая интерпретация понятий «интерес», «потребность», «мотив»
12. Методы прикладной статистики в социологии: назначение и основные виды
13. Использование аналитических возможностей программы SPSS в социологических исследованиях
14. Индексы как инструмент измерения в социологических исследованиях
15. Метод наблюдения в социологии (виды и исследовательский инструментарий)
16. Основные принципы конструирования социологической анкеты.
17. Интервью как метод сбора социологической информации. Виды интервью.
18. Метод вторичного анализа данных: возможности и ограничения использования
19. Виды анкетных вопросов: основные характеристики
20. Метод неоконченных предложений: специфика сбора и обработки данных
21. Рисуночные методики в социологии: область применения, возможности и ограничения
22. Метод «кейс-стади» как исследовательская стратегия
23. Оценка достоверности результатов социологического исследования
24. Количественная и качественная стратегии в социологических исследованиях: сравнительная характеристика
25. Контент-анализ в социологических исследованиях

Вопросы по направленности «Социология маркетинга»

1. Коммерческая реклама: виды и функции.
2. Эволюция рекламы: от социального явления к социальному институту.
3. Реклама как вид массовой коммуникации.

4. Социология рекламы в структуре социологического знания.
5. Рекламная деятельность в России: специфика социально-правового регулирования.
6. Социологический подход к изучению потребления.
7. Социальная реклама: основные функции и области применения.
8. Социальный маркетинг: сущность и основные сферы применения.
9. Специфика маркетинга в некоммерческой сфере.
10. Социология маркетинга как прикладная научная дисциплина.
11. Эволюция основных концепций маркетинга в контексте социально-экономического развития общества.
12. Социологическое исследование сферы услуг
13. Рекламный рынок в России: основные субъекты и специфика развития.
14. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
15. Социологические исследования в маркетинге как информационная основа рекламной кампании.
16. Социологические исследования в маркетинге: специфика использования количественных и качественных методов.
17. Вторичная информация и ее источники в маркетинге.
18. Эффективность коммерческой рекламы: ее измерение и специфика для различных субъектов рекламного рынка.
19. Измерение аудитории СМИ (методика исследовательской компании А. Нильсен)
20. Этические нормы в сфере маркетинговых исследований и рекламы
21. Концепция марочного капитала: методы его измерения.
22. Торговая марка, бренд и товарный знак: соотношение понятий.
23. Внешняя (микро и макро) социальная среда маркетинга.
24. Рынок платных медицинских услуг в России: структура и динамика развития
25. Исследование рынка культурных продуктов: общие принципы и особенности.

Вопросы по направленности «Социология политики и связей с общественностью»

1. Концепция национальной безопасности России. Национальные интересы России и угрозы национальной безопасности.
2. Россия в системе современных международных отношений и приоритетные направления внешней политики России.
3. Предмет политической социологии, ее место в системе социологического знания. Основные направления политической социологии.
4. Определение политической системы. Основные подсистемы политической системы современного общества.
5. Основные типы негосударственных участников политической системы современного общества и подходы к их социологическому исследованию.
6. Политическая социализация и политическая культура.
7. Политические элиты: эволюция подходов к их изучению.
8. Функции СМИ как социального института.
9. Особенности использования СМИ в политическом процессе и определение их эффективности в избирательных кампаниях: телевидение, радио, газеты, Интернет.
10. Организация связей с общественностью в политике, госуправлении, в бизнесе, в социальной сфере, в сфере культуры. Направления и виды современного PR.
11. Современные практики PR. Информационный (новость и ньюсмакинг) и устраительный PR.
12. Понятия бренд и брендинг. Брендирование в экономике и политике.
13. Понятие имидж: персональный имидж, корпоративный имидж, имидж страны и особенности его продвижения.
14. Образ России: технологии формирования, поддержания и продвижения.
15. Избирательное законодательство в современной России и его влияние на политический процесс.
16. Проведение избирательной кампании, её этапы и планирование избирательной кампании: стратегия и тактика.
17. Политическое лидерство: структура, типология и конструирование имиджа.

18. Политические партии и движения как объект социологического исследования. Типологии политических партий и партийно-политических систем.
19. Политический рынок и особенности политического маркетинга.
20. Виды политической рекламы и особенности ее использования в избирательных кампаниях.
21. Понятие политического процесса. Политическое изменение и политическое развитие. Подходы к изучению политических процессов: функциональный, бихевиоральный, конфликтологический, институциональный подход.
22. Типология политических процессов: базовые и периферийные, явные и латентные, стабильные и переходные
23. Сравнительный анализ теоретических моделей конфликта: от Р.Дарендорфа и Л. Козера к современным концепциям.
24. Социально-политические предпосылки, генезис и сущность межнациональных и этнополитических конфликтов.

Вопросы по направленности «Цифровая социология и социальная диагностика»

1. Типология прогнозов.
2. Формы продуктов научных прогностических исследований.
3. Современные методы моделирования.
4. Основные инструменты поиска информации в системе КонсультантПлюс. Сравнительный анализ их функционала и назначения.
5. Системы подготовки текстовых документов, сравнительный анализ их функциональных возможностей.
6. Особенности математического моделирования социально-экономических процессов.
7. Назначение и место корреляционного анализа в статистическом исследовании.
8. Представление и первичная обработка статистических данных в многомерном шкалировании.
9. Что такое социальная сеть. Достоинства и недостатки сетевого моделирования.
10. Возникновение сетевых подходов в социологии.
11. Социометрия. Анализ связи между признаками.
12. Модели и методы изучения текстов.
13. Назовите и охарактеризуйте функции управления персоналом в организации.
14. Назовите группы теорий трудовой мотивации.
15. Трудовая мотивация и организация обучения и развития персонала.
16. Язык, как социальный фильтр. Язык – носитель традиционного мышления, культуры, национальности.
17. Модели коммуникативных процессов.
18. Традиционные методы изучения коммуникативных процессов.
19. Цель изучения текстов в социолингвистическом и математическом аспектах.
20. Семантические сети в анализе современного информационного пространства.
21. Цифровизация и ее социальные последствия.
22. Особенности социологического анализа сообществ в современной социологии.
23. Классификация типов пользователей сайтов социальных сетей.
24. Безопасность в Интернете и социальных сетях.
25. Особенности конструирования идентичности в киберпространстве.

2.2. Оценочные материалы для проведения государственного экзамена

2.2.1. Описание показателей, критериев и шкалы оценивания

Оценка	Критерии
Отлично	Теоретическое содержание магистерской программы освоено полностью, без пробелов, необходимые

	практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, на все вопросы даны ответы, качество большинства которых оценено числом баллов, близким к максимальному.
Хорошо	Теоретическое содержание магистерской программы освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, на все вопросы даны ответы, но некоторые из них содержат ошибки.
Удовлетворительно	Теоретическое содержание магистерской программы освоено частично, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, но большинство ответов на вопросы содержат ошибки.
Неудовлетворительно	Теоретическое содержание магистерской программы освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство ответов на вопросы оценено числом баллов, близким к минимальному, при дополнительной самостоятельной работе возможно восполнение недостатка знаний.

2.2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы.

Вопросы по прикладной социологии

26. Структура и содержание программы социологического исследования.
27. Основные характеристики и назначение разведывательного, описательного и аналитического исследований
28. Анализ документов как метод сбора социологической информации.
29. Виды выборок в социологическом исследовании и особенности их использования.
30. Критерии определения репрезентативности и валидности данных в социологических исследованиях
31. Метод фокус-групп: сущность и сфера его применения
32. Гипотеза в социологическом исследовании: виды и требования к формулировке
33. Процедуры триангуляции в социологии: цели применения и способы реализации
34. Концептуальные представления и эмпирическая интерпретация понятий «знание», «мнение», «информация»
35. Концептуальные представления и эмпирическая интерпретация понятий «ценностные ориентации» и «установки»
36. Концептуальные представления и эмпирическая интерпретация понятий «интерес», «потребность», «мотив»
37. Методы прикладной статистики в социологии: назначение и основные виды
38. Использование аналитических возможностей программы SPSS в социологических исследованиях
39. Индексы как инструмент измерения в социологических исследованиях

40. Метод наблюдения в социологии (виды и исследовательский инструментарий)
41. Основные принципы конструирования социологической анкеты.
42. Интервью как метод сбора социологической информации. Виды интервью.
43. Метод вторичного анализа данных: возможности и ограничения использования
44. Виды анкетных вопросов: основные характеристики
45. Метод неоконченных предложений: специфика сбора и обработки данных
46. Рисуночные методики в социологии: область применения, возможности и ограничения
47. Метод «кейс-стади» как исследовательская стратегия
48. Оценка достоверности результатов социологического исследования
49. Количественная и качественная стратегии в социологических исследованиях: сравнительная характеристика
50. Контент-анализ в социологических исследованиях

Вопросы по направленности «Социология маркетинга»

26. Коммерческая реклама: виды и функции.
27. Эволюция рекламы: от социального явления к социальному институту.
28. Реклама как вид массовой коммуникации.
29. Социология рекламы в структуре социологического знания.
30. Рекламная деятельность в России: специфика социально-правового регулирования.
31. Социологический подход к изучению потребления.
32. Социальная реклама: основные функции и области применения.
33. Социальный маркетинг: сущность и основные сферы применения.
34. Специфика маркетинга в некоммерческой сфере.
35. Социология маркетинга как прикладная научная дисциплина.
36. Эволюция основных концепций маркетинга в контексте социально-экономического развития общества.
37. Социологическое исследование сферы услуг
38. Рекламный рынок в России: основные субъекты и специфика развития.
39. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
40. Социологические исследования в маркетинге как информационная основа рекламной кампании.
41. Социологические исследования в маркетинге: специфика использования количественных и качественных методов.
42. Вторичная информация и ее источники в маркетинге.
43. Эффективность коммерческой рекламы: ее измерение и специфика для различных субъектов рекламного рынка.
44. Измерение аудитории СМИ (методика исследовательской компании А. Нильсен)
45. Этические нормы в сфере маркетинговых исследований и рекламы
46. Концепция марочного капитала: методы его измерения.
47. Торговая марка, бренд и товарный знак: соотношение понятий.
48. Внешняя (микро и макро) социальная среда маркетинга.
49. Рынок платных медицинских услуг в России: структура и динамика развития
50. Исследование рынка культурных продуктов: общие принципы и особенности.

Вопросы по направленности «Социология политики и связей с общественностью»

25. Концепция национальной безопасности России. Национальные интересы России и угрозы национальной безопасности.
26. Россия в системе современных международных отношений и приоритетные направления внешней политики России.
27. Предмет политической социологии, ее место в системе социологического знания. Основные направления политической социологии.
28. Определение политической системы. Основные подсистемы политической системы современного общества.
29. Основные типы негосударственных участников политической системы современного общества и подходы к их социологическому исследованию.

30. Политическая социализация и политическая культура.
31. Политические элиты: эволюция подходов к их изучению.
32. Функции СМИ как социального института.
33. Особенности использования СМИ в политическом процессе и определение их эффективности в избирательных кампаниях: телевидение, радио, газеты, Интернет.
34. Организация связей с общественностью в политике, госуправлении, в бизнесе, в социальной сфере, в сфере культуры. Направления и виды современного PR.
35. Современные практики PR. Информационный (новость и ньюсмакинг) и устроительный PR.
36. Понятия бренд и брендинг. Брендирование в экономике и политике.
37. Понятие имидж: персональный имидж, корпоративный имидж, имидж страны и особенности его продвижения.
38. Образ России: технологии формирования, поддержания и продвижения.
39. Избирательное законодательство в современной России и его влияние на политический процесс.
40. Проведение избирательной кампании, её этапы и планирование избирательной кампании: стратегия и тактика.
41. Политическое лидерство: структура, типология и конструирование имиджа.
42. Политические партии и движения как объект социологического исследования. Типологии политических партий и партийно-политических систем.
43. Политический рынок и особенности политического маркетинга.
44. Виды политической рекламы и особенности ее использования в избирательных кампаниях.
45. Понятие политического процесса. Политическое изменение и политическое развитие. Подходы к изучению политических процессов: функциональный, бихевиоральный, конфликтологический, институциональный подход.
46. Типология политических процессов: базовые и периферийные, явные и латентные, стабильные и переходные
47. Сравнительный анализ теоретических моделей конфликта: от Р.Дарендорфа и Л. Козера к современным концепциям.
48. Социально-политические предпосылки, генезис и сущность межнациональных и этнополитических конфликтов.

Вопросы по направленности «Цифровая социология и социальная диагностика»

1. Типология прогнозов.
2. Формы продуктов научных прогностических исследований.
3. Современные методы моделирования.
4. Основные инструменты поиска информации в системе КонсультантПлюс. Сравнительный анализ их функционала и назначения.
5. Системы подготовки текстовых документов, сравнительный анализ их функциональных возможностей.
6. Особенности математического моделирования социально-экономических процессов.
7. Назначение и место корреляционного анализа в статистическом исследовании.
8. Представление и первичная обработка статистических данных в многомерном шкалировании.
9. Что такое социальная сеть. Достоинства и недостатки сетевого моделирования.
10. Возникновение сетевых подходов в социологии.
11. Социометрия. Анализ связи между признаками.
12. Модели и методы изучения текстов.
13. Назовите и охарактеризуйте функции управления персоналом в организации.
14. Назовите группы теорий трудовой мотивации.
15. Трудовая мотивация и организация обучения и развития персонала.
16. Язык, как социальный фильтр. Язык – носитель традиционного мышления, культуры, национальности.
17. Модели коммуникативных процессов.
18. Традиционные методы изучения коммуникативных процессов.

19. Цель изучения текстов в социолингвистическом и математическом аспектах.
20. Семантические сети в анализе современного информационного пространства.
21. Цифровизация и ее социальные последствия.
22. Особенности социологического анализа сообществ в современной социологии.
23. Классификация типов пользователей сайтов социальных сетей.
24. Безопасность в Интернете и социальных сетях.
25. Особенности конструирования идентичности в киберпространстве.

2.2.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Программа государственного экзамена рассматривается на заседании выпускающей кафедры и утверждается деканом факультета в сроки не позднее, чем за 6 месяцев до начала итоговых испытаний. Прием государственного экзамена осуществляет государственная экзаменационная комиссия (ГЭК). Состав ГЭК по предложению декана факультета утверждается приказом ректора не позднее, чем за месяц до начала ее работы. Состав комиссии утверждается на один календарный год. Аттестационная комиссия формируется из профессорско-преподавательского состава и научных работников Университета, а также лиц, приглашаемых из сторонних организаций: специалистов предприятий, учреждений и организаций - потребителей кадров данного профиля, ведущих преподавателей и научных работников других высших учебных заведений.

Порядок проведения государственного экзамена доводится до сведения студентов всех форм образования не позднее, чем за полгода до начала итоговой государственной аттестации. Студенты обеспечиваются программой государственного экзамена, им создаются необходимые для подготовки условия, проводятся консультации. Выпускающие кафедры не позднее, чем за месяц до начала работы государственной аттестационной комиссии объявляют студентам графики их работы, графики проведения консультаций, согласованные с учебно-методическим управлением Университета.

К государственному экзамену по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» допускаются лица, завершившие обучение по образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом. При приеме государственного экзамена государственная аттестационная комиссия обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам, и условия для объективной оценки качества освоения выпускниками соответствующей образовательной программы строго в рамках программы государственного экзамена, утвержденной в установленном порядке.

Результаты государственного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседания аттестационной комиссии.

Решения государственной экзаменационной комиссии принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии (или заменяющий его заместитель председателя комиссии) обладает правом решающего голоса. Все решения государственной экзаменационной комиссии оформляются протоколами. Протоколы подписываются председателем и членами комиссии, сшиваются в книги и сдаются в архив Университета.

Лица, отчисленные из Университета как не подтвердившие соответствие подготовки требованиям государственного образовательного стандарта или по их личному заявлению, могут быть допущены к повторной сдаче государственного экзамена в период работы ГЭК, но не ранее чем через год и не более чем через пять лет после прохождения итоговой государственной

аттестации впервые. Повторные итоговые аттестационные испытания не могут назначаться более двух раз.

2.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена

Список источников и литературы

Источники

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г.: (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 [N 6-ФКЗ](#) и от 30.12.2008 [N 7-ФКЗ](#)) // Собр. законодательства Российской Федерации. – 2009. – № 4. – С. 445.
2. О средствах массовой информации: закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 (в ред. 28.07.2012 № 133-ФЗ) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 1997-2012]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
3. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: закон Российской Федерации от 27.07.2006 № 149-ФЗ (в ред. 21.07.2011 № 252-ФЗ) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 1997-2012]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
4. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.1999 № 184-ФЗ (в ред. 02.05.2012 № 40-ФЗ) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 1997-2012]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
5. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 10.07.2012) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 1997-2012]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
6. О политических партиях: Федеральный закон от 11.07.2001 N 95-ФЗ (ред. от 02.04.2012) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 1997-2012]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
7. О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации: Федеральный закон от 18.05.2005 N 51-ФЗ (ред. от 02.05.2012) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 1997-2012]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
8. О выборах Президента Российской Федерации : Федеральный закон от 10.01.2003 N 19-ФЗ (ред. от 02.05.2012) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 1997-2012]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
9. О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти: Указ Президента РФ от 09.03.2004 N 314 (ред. от 22.06.2010) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 1997-2012]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

Литература:

1. Волков Ю.Г. Социология: учебник / Ю.Г. Волков. – Изд. 3-е. - М.: Альфа М: «ИНФРА М», 2010. – 448 с.
2. Волков Ю.Г. Основы социологии и политологии: учебное пособие / Ю.Г. Волков, А.В. Лубский. - М.: Альфа М: ИНФРА-М, 2011. – 224 с. - [ЭБС Znanium.com].
3. Тощенко Ж.Т. Социология: учебник / Ж.Т. Тощенко
4. ; Рос. гос. гуманитарный ун-т. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 607.

5. Политическая социология: учебник / [В.Э. Бойков, Л.Н. Вдовиченко, Н.М. Великая и др.]; под ред. Ж.Т. Тощенко; - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 623 с. : табл.
6. Тезаурус социологии: темат. словарь-справочник / под ред. Ж.Т. Тощенко. - М.: ЮНИТИ ДАНА, 2009. – 488 с.
7. Тезаурус социологии: темат. словарь-справочник / под ред. Ж. Т. Тощенко. Кн. 2: Методология и методы социологических исследований: темат. словарь-справочник. - М.: ЮНИТИ-Дана, 2013.

Ресурсы Интернета:

1. Единая Россия [Электронный ресурс]: официальный сайт партии. - Электрон. дан. – [М.], © 2005-2012. – Режим доступа: <http://er.ru/>.
2. Коммунистическая партия Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2012]. – Режим доступа: <http://www.kprf.ru>
3. ЛДПР. Либерально-демократическая партия России [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М.], © 1989-2012. – Режим доступа: – Режим доступа: <http://www.ldpr.ru>.
4. Справедливая Россия [Электронный ресурс]: официальный сайт политической партии. – Электрон. дан. – [М., 2012]. – Режим доступа: <http://www.spravedlivo.ru>.

3. Рекомендации по подготовке и оформлению ВКР

3.1. Общие требования к содержанию и оформлению ВКР

Выпускная квалификационная работа (ВКР) представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. ВКР выполняется в форме, устанавливаемой ОП в соответствии с требованиями образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования (уровень бакалавриата). Перечень тем ВКР обучающихся ежегодно обновляется и утверждается Советом факультета не позднее 1 сентября. Темы ВКР должны соответствовать направленности ОП. Тема ВКР и научный руководитель (при необходимости и научный консультант(ы) для каждого выпускника утверждается на заседании выпускающей кафедры не позднее чем за 6 месяцев до защиты. Закрепление за обучающимися тем ВКР, назначение руководителей и консультантов осуществляется приказом ректора. Выпускник имеет право выбора темы ВКР из перечня тем, а также может предложить свою тему. По письменному заявлению обучающегося, выполняющего выпускную квалификационную работу, выпускающая кафедра может в установленном порядке предоставить обучающемуся возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной обучающимся, в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Требования к объему, содержанию ВКР, а также показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания, отражающиеся в фонде оценочных средств, определяются программой ГИА. За все сведения, изложенные в ВКР, порядок их использования при составлении фактического материала и другой информации, обоснованность и достоверность выводов и защищаемых положений профессиональную, нравственную и юридическую ответственность несет непосредственно автор выпускной работы, в соответствии с действующими в Российской Федерации и в РГГУ правовыми и/или локальными нормативными актами.

Выпускные квалификационные работы, выполненные по завершении профессиональных

образовательных программ подготовки бакалавров, подлежат обязательному рецензированию. Выпускные квалификационные работы по образовательным программам бакалавриата подлежат внутреннему межкафедральному рецензированию. Рецензент не должен работать на одной кафедре с преподавателем, под чьим научным руководством подготовлена ВКР¹.

К защите выпускной квалификационной работы допускаются лица, завершившие полный курс обучения по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Выполнение выпускной квалификационной работы производится в соответствии с заданием и графиком выполнения работы, составленным и утвержденным в установленном порядке до начала выполнения ВКР на выпускающих кафедрах. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы определяются на основании действующего Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» от 05.02.2018 N 75 (ред. от 08.02.2021), в части требований к результатам освоения образовательной программы бакалавриата, приказом «О совершенствовании процесса подготовки и проведения государственной итоговой аттестации обучающихся», Положением «О выпускной квалификационной работе бакалавров, специалистов, магистров РГГУ», Положением «О подготовке и защите выпускной квалификационной работы в форме "Стартап как диплом"».

Защита выпускной квалификационной работы является частью государственной итоговой аттестации выпускников бакалавриата и регулируется Положением об итоговой государственной аттестации выпускников Университета, утвержденным приказом ректора от 28.09.2017 № 01-314/осн.

3.2. Оценочные материалы для ВКР

3.2.1. Описание показателей, критериев и шкалы оценивания

Оценка	Критерии
отлично	Оценка «отлично» выставляется за выпускную квалификационную работу, оформленную по всем правилам и представляющую собой самостоятельное законченное исследование на определенную тему, в котором демонстрируется: способность определять актуальность цели и задач и практическую значимость исследований; умение собирать и анализировать фактический материал; умение применять современные методы социологических исследований; способность анализировать результаты и методический опыт исследования применительно к общей фундаментальной проблеме в избранной области. При этом в процессе защиты студент продемонстрировал в ответах на вопросы по докладу: глубокие и полные теоретические знания в области исследования, умение анализировать научную литературу по проблеме исследования; владение научным стилем речи; умение вести научную дискуссию.
хорошо	Оценка «хорошо» выставляется за выпускную квалификационную работу, оформленную с незначительными нарушениями, в которой

¹ Приказ «О совершенствовании процесса подготовки и проведения государственной итоговой аттестации обучающихся». Официальный сайт РГГУ. URL: <https://www.rsuh.ru/sveden/document/normative-acts/educational-activities/>

	<p>проиллюстрировано глубокое понимание сущности заявленной проблемы, рассматриваемых процессов и явлений. При этом представлены недостаточно обоснованные выводы по результатам проведенного исследования, не объяснены отдельные факты из результатов собственных исследований. При этом в процессе защиты студент не смог ответить на все вопросы</p>
удовлетворительно	<p>Оценка «удовлетворительно» выставляется за выпускную квалификационную работу, имеющую существенные погрешности в оформлении, не имеющую обоснования актуальности и новизны исследования, недостаточно полно представляющую результаты предпринятого исследования; обнаруживающую неумение студента изложить результаты исследования, обнаруживающую затруднение студента при объяснении принципов методик обработки данных.</p> <p>В процессе защиты студент не смог продемонстрировать владение научным стилем и убедительно ответить на вопросы членов ГЭК.</p>
неудовлетворительно	<p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется при несоответствии содержания выпускной квалификационной работы ее названию, цели, предмету, при очевидном неумении студента обосновать выводы и объяснить результаты собственных исследований;</p> <p>анализировать фактический языковой или литературный материал; вести научную дискуссии</p>

3.2.2. Примерная тематика ВКР

направленность «Цифровая социология и социальная диагностика»

1. Научные школы социального прогнозирования.
2. Римский клуб и его прогностическая деятельность.
3. Социальное проектирование в сфере защиты семьи и детства в современном российском обществе.
4. Обзор присутствующих на российском рынке текстовых процессоров и их специфические особенности.
5. Макроподходы и микроподходы математического моделирования социально-экономических процессов
6. Множественный регрессионный анализ (на примере конкретного исследования).
7. Probit модели (на примере конкретного исследования).
8. Logit модели (на примере конкретного исследования).
9. Tobit модели (на примере конкретного исследования).
10. Анализ временные рядов (на примере конкретного исследования).
11. Факторный анализ (на примере конкретного исследования).
12. Дискриминантный анализ (на примере конкретного исследования).
13. Кластерный анализ (на примере конкретного исследования).
14. Многомерное шкалирование (на примере конкретного исследования).
15. Корреляционный анализ (на примере конкретного исследования).
16. Информациализация и сетевизация общества.
17. Стратификационные сети и конкретная область их применения.
18. Сетевое структурирование пространства и времени.
19. Стратификационные сети.
20. Сеть как инструмент сегрегации общества.
21. Моделирование процесса общения на нейронных сетях.
22. Когнитивные процессы и нейронные сети.
23. Самоидентификация в организационных сетях.
24. Сети межфирменной кооперации.
25. Трансформация организационных структур и индивидуализация профессиональных сетей.

26. Определение границ сетей в институциональных взаимодействиях.
27. Политические сети и структуры.
28. Эгоцентричные сети и способы включения в глобальные структуры (на примере конкретного исследования, case-study).
29. Сети цитирования в научном сообществе
30. Многомодальные сети в прикладных исследованиях
31. Сравнительный анализ содержательных теорий трудовой мотивации.
32. Процессуальные теории мотивации и их применимость в практике управления.
33. Практика стимулирования трудового поведения в отечественных и зарубежных компаниях.
34. Политика материального вознаграждения в организации и его сущность.
35. Системы мотивации персонала в Западной Европе и США.
36. Распространение информационных потоков в СМИ и/или социальных сетях.
37. Социология и социолингвистика – совмещение подходов.
38. Стратификация в лингвистическом пространстве.
39. Лингвистическая картина мира разных социальных объектов.
40. Язык как социальная среда.
41. Лингвистическое картирование социальных объектов.
42. Языковая дифференциация социальных объектов.
43. Речевые маркеры и их анализ в прикладных социологических исследованиях.
44. Коммуникативное действие в социологических исследованиях.
45. Речевые тактики и стратегии в социальных процессах.
46. Социолингвистическая реализация манипулятивных моделей.
47. Семантические сети в анализе современного информационного пространства
48. Специфика и проблематика цифровой социологии как междисциплинарного научного направления.
49. История дискуссии о цифровой социологии как о самостоятельном научном направлении.
50. Концепции научно-технических революций в социологии конца XX – начала XXI вв.
51. История создания Интернета: основные этапы.
52. Сетевой человек и цифровой человек.
53. Концепция цифрового разрыва в современной социологии.
54. Критическая цифровая социология: основные направления исследований.
55. Практическая значимость экспертных и диагностических исследований в моделировании регионального развития и управлении региональными процессами.
56. Этические принципы и нормы экспертной деятельности.
57. Роль экспертного и диагностического знания в социокультурном развитии региона.
58. Сферы применения социологической экспертизы и диагностики: специфика проблем и потенциал их решения экспертными и диагностическими методами

направленность «Социология маркетинга»

1. Профессиональные стратегии молодых маркетологов-исследователей на рынке труда
2. Выпускники-социологи на рынке труда: востребованность профессиональных компетенций
3. Социологическое сопровождение маркетинговых коммуникаций
4. Потребительская социализация и финансовая грамотность детей и подростков
5. Жилищные условия и жизненный цикл российских семей
6. Самозанятые в сфере массовых мероприятий: социологический анализ.
7. Потребительское поведение женщин на московском рынке фитнес-услуг.
8. Детская библиотека на рынке дополнительных образовательных услуг: социологический анализ.
9. Киберспорт и его продвижение в России: социологический анализ.
10. Детский модельный бизнес в г. Москве: социологический анализ.
11. Ресторанный бизнес в Москве: проблемы и перспективы развития в оценках предпринимателей.
12. Детский лагерь на рынке услуг детского отдыха и оздоровления: социологический анализ.

13. Интернет-магазины на книжном рынке г. Москвы (социологический анализ).
14. Платные медицинские услуги в государственных учреждениях здравоохранения: оценка врачей.
15. Платные медицинские услуги в государственных учреждениях здравоохранения: социологический анализ.
16. Продвижение новых видов спорта (на примере керлинга).
17. Волонтерский корпус как инструмент позиционирования бренда страны
18. Продвижение бренда города Казани в социально-экономическом и культурном пространстве Российской Федерации.
19. Молодые артисты на московском рынке труда.
20. Современный российский рынок санаторно-курортных услуг (социологический анализ).
21. Кадровые ресурсы в сфере автомобильных ремонтно-сервисных услуг.
22. Маркетинговая деятельность некоммерческих организаций в сфере социокультурной реабилитации детей-инвалидов: социологический анализ.
23. Политика в области активного долголетия: российский и зарубежный опыт.
24. Реформы российского здравоохранения в оценках профессионального сообщества.
25. Культурный капитал города Сергиев Посад как объект маркетинга: социологический анализ.
26. Спортивный маркетинг российских футбольных клубов: социологический анализ.
27. Социальное сиротство в общественном мнении россиян: социологический анализ.
28. Здоровый образ жизни студенческой молодежи: технологии продвижения.
29. Продвижение брендов здорового спортивного питания: социологический анализ.
30. Практики здорового образа жизни среди студенческой молодежи: социологический анализ.
31. Реформирование скорой медицинской помощи в Москве: социологический анализ.
32. Продвижение платных медицинских услуг в государственных учреждениях здравоохранения: социологический анализ
33. Московские пенсионеры на рынке труда.
34. Рейтинг высших учебных заведений как фактор, определяющий государственную образовательную политику.
35. Свадьба как объект социологического анализа и маркетинговых услуг
36. Социологический анализ «среднего возраста»
37. Методология и методы исследования ценностей в современной России: (сравнительный анализ).
38. Основные направления исследований социологии международных отношений.
39. Сравнительный анализ различных научных школ социологического исследования общественного мнения.
40. Основные научных традиции и методы изучения общественного мнения.
41. Зарубежный опыт исследований общественного мнения.
42. Исследование общественного мнения по различным социально-экономическим проблемам (безработицы и трудоустройства, образования, здравоохранения, экологии и защиты окружающей среды и т.п.).
43. Исследование динамики общественного мнения в сфере политики в современном обществе (отношение к государственным структурам, политическим деятелям и т.д.).
44. Исследование общественного мнения в отношении различных партий в современной России.
45. Исследование общественного мнения по проблемам культуры, сохранения духовного наследия (языка, архитектурных памятников, искусства и т.п.).
46. Опыт использования результатов общественного мнения в регулировании различных социальных процессов.
47. Коммерческие услуги в средних общеобразовательных учебных заведениях

(социологический анализ).

48. Факторы карьерной мобильности женщин-руководителей на крупных предприятиях.
49. Особенности социальной адаптации выпускников детских домов России.
50. Репрезентация образа молодого человека в отечественном кинематографе.
51. Основные социальные практики участия в экологическом движении.
52. Теоретико-методологические основы исследования проблем социологии спорта.
53. Социальные проблемы интеллектуальных видов спорта (на примере шахмат).
54. Ценности как регулятор повседневной и потребительской деятельности сельских жителей.
55. Изменения семейных ценностей: опыт сравнительного анализа.
56. Виды оплачиваемых трудовых практик подростков в Москве.
57. Помощь детским домам как социальная деятельность.
58. Ценностные ориентации сельской интеллигенции в современном российском обществе.
59. Социальная адаптация выпускников детских домов: опыт социологического анализа.
60. Современная русская семья – ее особенности, традиции и обычаи.
61. Практика участия в волонтерском движении: на примере волонтеров студентов.
62. Мотивационные основы благотворительной деятельности в детских домах.
63. Теневые трудовые практики российских подростков (на примере Москвы).
64. Социализация детей младшего школьного возраста посредством игровых занятий.

направленность «Социология политики и связей с общественностью»

1. Методология и методы исследования ценностей в современной России: (сравнительный анализ).
2. Основные подсистемы политической системы современного общества.
3. Социологические исследования отношений государственных институтов: между собой, с населением, негосударственными участниками политического процесса.
4. Социологический анализ партий и общественных движений.
5. Группы давления и группы интересов как участники политических процессов.
6. Социологические исследования лобби в политическом процессе.
7. Причины политической апатии и абсентеизма, социологические подходы к их исследованию.
8. Социологический анализ индивидуального поведения в политике.
9. Политическая культура как предмет социологического анализа.
10. Подходы зарубежных и российских социологов к исследованию политической культуры.
11. Познавательные, эмоциональные и оценочные ориентации как составные элементы политической культуры.
12. Гомогенная и гетерогенная политическая культура.
13. Социологические исследования "официальной" политической культуры, субкультуры и контркультуры.
14. Исследование этно-национальных факторов в политических процессах.
15. Влияние этно-национальных факторов на федеративные отношения и перспективы развития федерализма в Российской Федерации.
16. Социологическое исследование межнациональных отношений в контексте политических процессов.
17. Изучение динамики предпочтений различных типов государственного устройства населением России.
18. Социологическое исследование состояния межнациональных отношений в различных субъектах Российской Федерации.
19. Социологическое исследование элит в современном обществе.
20. Социологическое исследование политического лидерства в России и за рубежом.
21. Социологическое исследование выборов (избирательных кампаний).
22. Роль института выборов в политической жизни России. Электоральная социология как развивающееся направление эмпирических исследований.
23. Манипулирование общественным сознанием в ходе предвыборных кампаний.

24. Механизмы влияния СМИ на политические процессы в России.
25. Основные направления исследований социологии международных отношений.
26. Сравнительный анализ различных научных школ социологического исследования общественного мнения.
27. Основные научных традиции и методы изучения общественного мнения.
28. Зарубежный опыт исследований общественного мнения.

3.2.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Выпускная работа по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» оценивается по следующим критериям:

- актуальность;
- уровень теоретической проработки проблемы;
- полнота и системность вносимых предложений по рассматриваемой проблеме;
- самостоятельность разработки проблемы;
- возможность практической реализации.

Решение об итогах защиты и оценка принимаются простым большинством на закрытом заседании членов ГИА.

При успешной защите выпускной работы, решением ГИА студенту присуждается степень бакалавра и выдается диплом (с приложением) бакалавра государственного образца.

Выпускные квалификационные работы по образовательным программам бакалавриата подлежат внутреннему межкафедральному рецензированию. Рецензент не должен работать на одной кафедре с преподавателем, под чьим научным руководством подготовлена ВКР². Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет письменную рецензию на указанную работу.

Отзыв рецензента должен содержать профессиональное мнение специалиста в данной области. Разные концептуальные подходы выпускника и рецензента к проблеме, рассматриваемой в работе, не могут служить основанием для снижения оценки, если работа соответствует содержательным и формальным критериям. В рецензии на выпускную квалификационную работу должно быть отражено следующее :

- актуальность и новизна темы;
- соответствие содержания работы теме;
- обоснованность структуры работы;
- достаточность источниковой базы;
- обоснованность избранной методики;
- уровень теоретической разработки темы;
- логичность, четкость, грамотность изложения материала;
- обоснованность и новизна выводов;
- практическая ценность полученных результатов;

² Приказ «О совершенствовании процесса подготовки и проведения государственной итоговой аттестации обучающихся». Официальный сайт РГГУ. URL: <https://www.rsuh.ru/sveden/document/normative-acts/educational-activities/>

достоинства и недостатки работы.

4. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации

Минимально необходимый перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

1. - наличие аудитории с мультимедийным оборудованием;
2. - наличие доступного для студента выхода в Интернет.

При использовании электронных изданий университет должен обеспечить каждого обучающегося во время подготовки к государственному экзамену и написания ВКР рабочим местом в библиотеке РГГУ и компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с направлением подготовки.

Перечень программного обеспечения (ПО)

№п / п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
			<i>свободно распространяемое</i>
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
6	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
7	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
8	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
9	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное

5. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Процедуры проведения ГИА для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья регламентируются действующим Положением РГГУ о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.