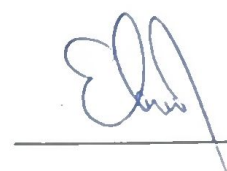


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Университет «Дубна»

Факультет социальных и гуманитарных наук

УТВЕРЖДАЮ



Декан ФСГН

/Е.Н. Боклагов/

«10» октября 2024 г.

Задание
на выпускную квалификационную работу – бакалаврскую работу

Тема Ностальгия как ценность в рекламных коммуникациях с использованием мультипликационных брендов

Утверждена приказом № 1543к от 09.06.2025 г.

Ф.И.О. студента Быковских Дарья Сергеевна

Группа 4132 **Направление подготовки** 39.03.01 Социология

Направленность (профиль) образовательной программы Современные технологии социологических и маркетинговых исследований

Выпускающая кафедра Социологии и гуманитарных наук

Дата выдачи задания

«10» октября 2024 г.

Дата завершения
выпускной квалификационной работы

«11» июня 2025 г.

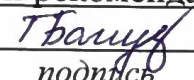
г. Дубна

Исходные данные к работе:

1. Анализ публикаций, раскрывающих сущность понятий: «ностальгия», «ценность», «рекламные коммуникации», «мультипликационный бренд»;
2. Материалы социологических исследований отечественных и зарубежных авторов, касающиеся изучения ностальгии в рекламе;
3. Материалы социологических исследований отечественных и зарубежных социологов, касающиеся изучения ностальгии как ценности в рекламных коммуникациях с использованием мультипликационных брендов;
4. Результаты эмпирических исследований ностальгии в рекламных коммуникациях с использованием мультипликационных брендов.

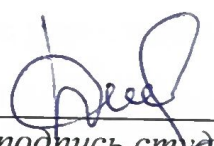
Результаты работы:

1. Содержание пояснительной записки (перечень рассматриваемых вопросов)
 - 1.1. Введение, содержащее актуальность темы, проблему исследования, степень научной разработанности, формулировку объекта, предмета, цели, задач и гипотез исследования;
 - 1.2. Теоретико-методологические основания эмпирического исследования ностальгии как ценности в рекламных коммуникациях с использованием мультипликационных брендов.
 - 1.3. Эмпирическое исследование ностальгии как ценности в рекламных коммуникациях с использованием мультипликационных брендов.
2. Перечень демонстрационных листов
 - 2.1. Объект, предмет, цель и задачи исследования;
 - 2.2. Теоретическая база исследования;
 - 2.3. Методы исследования;
 - 2.4. Результаты обработки эмпирических данных;
 - 2.5. Выводы и рекомендации.

Консультант(ы)  / Т. В. Батуева /
подпись И.О. Фамилия

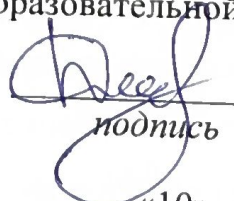
Руководитель работы  / С.П. Хохлова /
подпись И.О. Фамилия

Задание принял к исполнению «10» октября 2024 г.
дата


подпись студента

Я, Быковских Дарья Сергеевна (Ф.И.О.), ознакомлен(а) с требованием об обязательности проверки выпускной квалификационной работы на объем заимствования. Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленной научно-квалификационной работы (диссертации), кандидатских и докторских диссертаций, должны иметь в работе соответствующие ссылки.

Я ознакомлен(а) с Порядком проверки на объем заимствования и размещения в электронно-библиотечной системе текстов выпускных квалификационных работ и научных докладов обучающихся, согласно которому обнаружение в тексте выпускной квалификационной работе заимствований, в том числе содержательных, неправомерных заимствований, является основанием для недопуска к защите выпускной квалификационной работы и отчислению из образовательной организации.

 / Быковских Д.С.
подпись Фамилия И.О.
«10» октября 2024 г.