

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Т.Б. Фейлинг, Т.В. Каткова

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

*Методические указания для студентов, обучающихся по направлению
подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью,
профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью»*

Санкт-Петербург
РГГМУ
2022

УДК 001.89:378.325:659.4(072.8)
ББК 72.52:74.48я73
Ф36

- Фейлинг Т.Б., Каткова Т.В.**
Ф36 Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа). Методические указания для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью» / Т.Б. Фейлинг, Т.В. Каткова. – Санкт-Петербург : РГГМУ, 2022. – 44 с.

В методических указаниях представлены требования к структуре, содержанию, объему, оформлению, правилам составления библиографических ссылок выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью.

УДК 001.89:378.325:659.4(072.8)
ББК 72.52:74.48я73

© Фейлинг Т.Б., Каткова Т.В., 2022
© Российский государственный гидрометеорологический университет (РГГМУ), 2022

1 Общие положения

Программа государственной итоговой аттестации (ГИА) обучающихся РГГМУ является завершающим этапом подготовки бакалавров, что предусмотрено федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 997 от 11.08.2016. Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 г. № 636, и приказом Минобрнауки РФ от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Содержательная направленность программы ГИА строится с ориентацией на:

- Устав ФГБОУ ВО «РГГМУ»;
- Положение о выпускной квалификационной работе;
- Положение о порядке проведения итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры (Приказ № 733 от 30.10.2019 СМК-ОНД-06/19);
- порядок осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры (Приказ от 12.09.2017 № 609);
- иные документы РГГМУ в части, касающейся программ бакалавриата.

Целью государственной итоговой аттестации в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» является оценка качества освоения образовательной программы и уровня освоенных общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускника, его готовность к выполнению профессиональных задач в организационно-управленческой, проектной, коммуникационной,

рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической, а также информационно-технологической деятельности.

Задачи проведения государственной итоговой аттестации:

– определение практической и теоретической подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач, степени освоения компетенций, установленных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и основной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;

– комплексная оценка уровня подготовленности выпускника по важнейшим (основным) дисциплинам учебного плана;

– определение уровня подготовленности выпускника к проектированию программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечению средств и методов реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;

– определение уровня подготовленности выпускника к участию в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

– выявление умений в области разработки, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

– определение уровня подготовленности выпускника к организации и проведению маркетинговых и социологических исследований, подготовке аналитических справок, обзоров и разработке прогнозов;

– определение уровня подготовленности выпускника к проектированию и технологическому обеспечению реализуемых проектов;

– выявление умения студента организовать публичную презентацию и подготовить грамотный текст по требованиям к выпускной квалификационной работе (ВКР).

К государственной итоговой аттестации допускаются обучающиеся не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего

образования. Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты ВКР.

На проведение государственной итоговой аттестации (подготовку и защиту ВКР) учебным планом отводится 4 недели (6 з.е.).

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме бакалаврской работы.

Бакалаврская работа представляет собой самостоятельную и логически завершенную ВКР, связанную с решением задач тех видов деятельности, к которым готовится бакалавр (организационно-управленческая; проектная, коммуникационная; рекламно-информационная; рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, а также информационно-технологическая), написанную лично автором под руководством научного руководителя, свидетельствующую об умении автора работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал, используя теоретические знания и практические навыки, полученные при освоении основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), содержащую элементы научного исследования. В бакалаврской работе могут быть использованы материалы исследований, отраженные в ранее выполненных студентом курсовых работах.

Бакалаврская работа способствует закреплению и развитию навыков самостоятельной работы и овладению методикой научного исследования при решении конкретных проблемных вопросов. Вместе с тем она позволяет оценить степень подготовленности студента к решению практических задач и выполнению профессиональных функций.

Ценность бакалаврской работы определяется ее теоретическим уровнем, практической значимостью и обоснованностью сформулированных в работе предложений и (или) рекомендаций по повышению эффективности коммуникационной деятельности организаций.

2 Требования к выпускной квалификационной работе как способу формирования и оценки компетенций

Выпускная бакалаврская работа завершает процесс формирования компетенций выпускника по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

К защите ВКР приказом ректора допускаются обучающиеся, завершившие в полном объеме освоение основной образовательной программы и успешно прошедшие все предшествующие формы и процедуры контроля знаний по каждой дисциплине (зачеты, экзамены, защиты отчетов по различным видам практик, курсовые работы), предусмотренные учебным планом.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с целями основной образовательной программы и задачами профессиональной деятельности, указанными в ФГОС ВО по данному направлению, должен обладать следующими *общекультурными компетенциями*:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими *общепрофессиональными компетенциями*:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

– обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

– умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

– умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими *профессиональными компетенциями*, соответствующими виду профессиональной деятельности, на который ориентирована программа бакалавриата:

• *организационно-управленческая деятельность:*

– способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

– владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

• *проектная деятельность:*

– владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

– способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

• *коммуникационная деятельность:*

– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

- *рекламно-информационная деятельность:*
 - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- *рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:*
 - способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
 - способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- *информационно-технологическая деятельность:*
 - способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
 - владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
 - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

К выпускной квалификационной работе предъявляются следующие требования:

- соответствие названия работы ее содержанию, четкая целевая направленность, актуальность;
- логическая последовательность изложения материала, базирующаяся на прочных теоретических знаниях по избранной теме и убедительных аргументах;
- корректное изложение материала с учетом принятой научной терминологии;
- достоверность полученных результатов и обоснованность выводов;
- научный стиль написания;

– правильность оформления (иметь четкую структуру, завершенность, правильное оформление библиографических ссылок и самой библиографии, включающей список нормативных правовых актов, научной, учебной литературы и справочного материала, аккуратно исполнена).

При выполнении ВКР обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные знания, умения и сформированные общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, грамотно излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Требования к выпускной квалификационной работе разрабатываются выпускающей кафедрой и утверждаются Учебно-методическим советом факультета. При условии успешного прохождения установленного вида итоговой аттестации (защита выпускной квалификационной работы), выпускнику присваивается квалификация «бакалавр» и выдается диплом бакалавра.

3 Выбор и утверждение темы выпускной квалификационной работы

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой с учетом запросов и предложений объектов профессиональной деятельности (федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в сфере рекламной и PR деятельности.

Обучающемуся предоставляется право выбора темы ВКР из предложенного кафедрой перечня примерных тем. Примерный перечень тем, разработанный выпускающей кафедрой, ежегодно обновляется. Перечень тем выпускных квалификационных работ для итоговой аттестации 2022 года представлен в *Приложении 1*.

По письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих ВКР совместно) кафедра может предоставить

обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной обучающимся (обучающимся), в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности. При выборе темы студент может учитывать свой практический опыт работы (если он имеется).

Тема работы должна учитывать реальные потребности объектов профессиональной деятельности выпускников (федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», а также перспективы их развития. В ходе самостоятельного формирования темы ВКР обучающемуся предлагается перечень вопросов, отражение ответов на которые в теме ВКР позволят придать ей уникальность путем добавления тех или иных пояснительных элементов в её итоговое звучание – уточнить рынок, условия конкурентной среды, тенденции, специализацию объекта и предмета исследования и прочее.

Необходимо также отметить, что тема ВКР должна иметь непосредственную связь с характером деятельности студента в рамках прохождения преддипломной практики. Заинтересованность организации в разработке определенной темы создает благоприятные условия для получения всесторонней помощи со стороны ее работников, облегчает подбор материалов, создает предпосылки для практической реализации рекомендаций выпускника. Кроме того, при выборе темы обучающийся должен исходить из требований актуальности, новизны и научной корректности в формулировке темы бакалаврской работы.

Определив тему, обучающийся подает на имя заведующего кафедрой заявление по форме установленного образца (*Приложение 2*).

Изменение, корректировка тем ВКР и замена их руководителей допускается в исключительных случаях соответствующим приказом ректора, издаваемого при наличии мотивированных заявлений обучающихся и на основании служебной записки заведующего выпускающей кафедры.

4 Назначение руководителя выпускной квалификационной работы

Руководитель ВКР назначается из числа научно-педагогических работников кафедры. Закрепление за выпускниками тем и руководителей выпускных квалификационных работ осуществляется приказом ректора РГГМУ.

Руководитель ВКР призван оказать научно-методическую помощь студенту при самостоятельном решении им научных и практических вопросов, критическом анализе различных точек зрения, творческой работе, связанной с поиском новых идей и решений. Однако за результаты исследования отвечает автор – студент. Руководитель ВКР оказывает помощь студенту при разработке плана работы; устанавливает календарные сроки выполнения отдельных частей работы; осуществляет научно-методическое руководство работой студента; контролирует ход выполнения выпускной квалификационной работы; проверяет законченную работу; предоставляет на кафедру письменный отзыв на законченную работу, предварительно ознакомив с ним автора работы; помогает студенту в подготовке к публичной защите.

После утверждения темы выпускной квалификационной работы студент совместно с научным руководителем формирует календарный план подготовки и написания бакалаврской работы, в котором определяются очередность и сроки выполнения основных этапов и разделов выпускной квалификационной работы.

В календарном плане, как правило, отражаются следующие основные виды деятельности по подготовке и написанию бакалаврской работы:

- подбор и первоначальное ознакомление с литературой по теме бакалаврской работы;
- составление предварительного плана бакалаврской работы;
- изучение отобранной литературы и существующей практики по исследуемой проблеме;
- сбор и обработка практического материала;
- корректировка и уточнение плана бакалаврской работы;
- написание текста бакалаврской работы и оформление иллюстративного материала (рисунков, графиков, таблиц, диаграмм и т.п.);
- редактирование бакалаврской работы с учетом замечаний руководителя;

– оформление бакалаврской работы и представление ее на выпускающую кафедру.

Содержание и структура календарного плана подготовки и написания бакалаврской работы, последовательность и сроки выполнения отдельных видов работ могут существенно варьироваться в зависимости от особенностей темы бакалаврской работы, специфики объекта исследования и иных ситуационных факторов.

В целях своевременного завершения написания бакалаврской работы студентам рекомендуется строго соблюдать календарный план подготовки и написания бакалаврской работы, согласованный с научным руководителем.

В случае несоблюдения сроков выполнения основных этапов ВКР и невыполнения рекомендаций руководителя работы, студент может быть лишен права защиты бакалаврской работы на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК) текущего года. Представление такой работы к защите и непосредственно её защита возможна только на заседании ГЭК следующего года.

5 Требования, предъявляемые к структуре, содержанию, объему и оформлению выпускной квалификационной работы

Структура ВКР – это последовательность расположения её частей, к которым относят основной текст (главы и параграфы), а также части её справочно-сопроводительного материала. Структура ВКР должна обеспечивать внутреннюю логическую связь, чтобы наиболее убедительно раскрыть тему исследования.

Выпускная квалификационная работа, как правило, имеет следующую структуру: титульный лист, задание на выпускную квалификационную работу и календарный план, содержание, введение, основная часть, заключение, список литературы (библиографический список), приложения.

Основная часть состоит из трех глав (**допускается две главы**).

Рекомендуемый объем выпускной работы бакалавра составляет 55–60 страниц печатного текста, в том числе объем текста по пунктам содержания:

Введение (1,5–2 страницы).

Основная часть (55–58 страниц):

– глава 1 (16–18 или 5–27 страниц);

– глава 2 (16–18 или 5–27 страниц);

– глава 3 (16–18 страниц).

Заключение (2 страницы).

Список использованной литературы (не менее 30 источников).

Приложение (количество страниц в общий объем работы не включается).

Титульный лист оформляется в соответствии с Приложением 3. Тема ВКР на титульном листе и во всех сопровождающих документах должна **полностью** совпадать с приказом ректора РГГМУ об утверждении тем ВКР.

Задание на выполнение выпускной квалификационной работы заполняется студентом после согласования с руководителем (Приложение 4). Задание подшивается, но не нумеруется.

Содержание включает название всех разделов выпускной квалификационной работы с указанием страницы, с которой раздел начинается. Названия в содержании и тексте должны точно совпадать. Дополнительно в содержании могут быть перечислены названия всех приложений с указанием страниц. Никаких других слов или собственных обозначений частей работы («основная часть», «Теоретическая часть», «Практическая часть») в содержании быть не должно. Пример оформления содержания представлен в Приложении 5.

Введение является одним из самых сложных и важных разделов выпускной квалификационной работы, где необходимо отразить проблему, которой посвящена работа, обосновать ее актуальность, сформулировать цель работы, определить круг решаемых задач для достижения поставленной в работе цели, определить объект и предмет исследования, описать методы, применяемые для решения поставленных задач. Введение должно быть кратким и четким. Его не следует перегружать общими фразами. В целом, введение должно давать представление, о том, чему посвящается работа, на какой теоретической и эмпирической базе выполнялась работа, что в итоге автор намерен получить, какова ценность его изысканий.

Актуальность поставленной в работе цели может заключаться в следующем: недостаточно исследований по схожей тематике; существуют противоречивые научные факты, полученные разными исследователями; есть исследования, но не отражены именно те стороны, которые собирается рассмотреть автор выпускной квалификационной работы; исследования есть, но изменилось время, получены новые эмпирические факты, новые научные теории; стоит

задача эмпирической проверки каких-либо теоретических положений и т.д.

Целью выпускной квалификационной работы выступают научные и практические результаты, которые должны быть достигнуты в итоге проведения исследования. Достижение цели ориентирует студентов на поиск решения определенной проблемы в двух основных направлениях – теоретическом и прикладном. Например, разработка коммуникационной программы компании в период вывода товара на рынок.

Задачи выпускной квалификационной работы представляют собой формулировки действий, выполнение которых позволит получить значимый для достижения цели работы результат. Решение задач предполагает, как правило, последовательное выполнение определенных исследовательских, аналитических, проектных и иных операций (изучение литературы, сбор эмпирических данных, их анализ, построение классификаций, разработка методик и их реализации и т.д.), необходимых для достижения поставленной цели.

Возможные *задачи исследования*: проанализировать теоретические и эмпирические работы по теме исследования (в тексте называется конкретная тематика); провести анализ литературы и источников по исследуемой проблеме; провести анализ коммуникационной среды компании; разработать мероприятия (предложения) по развитию коммуникационной активности компании. Формулировка задач осуществляется на основе содержания глав дипломной работы. При этом используются такие ключевые слова, как: провести исследование, выявить сущность, провести анализ, разработать мероприятия и т.д. Например, первая глава может называться «Сущностные особенности интегрированных коммуникаций». Тогда соответствующая ей задача – выявить сущностные особенности интегрированных коммуникаций. Вторая глава называется «Анализ коммуникативной деятельности организации». Тогда соответствующая ей задача – проанализировать коммуникативную деятельность организации. Третья глава имеет название – «Совершенствование коммуникативной деятельности организации». Соответствующая ей задача – разработать предложения по совершенствованию коммуникативной деятельности организации.

При оценке работы будет учитываться, насколько автор сумел реализовать цели, которые заявлены им во введении.

Объект исследования – это то, на что направлен процесс исследования. Объект – это процесс или явление, порождающее

проблемную ситуацию и взятое исследователем для изучения. Так, если в теоретической главе исследуются сущностные особенности интегрированных коммуникаций, то объектом исследования являются интегрированные коммуникации.

Предмет исследования – это отдельное свойство объекта, вопрос или проблема, находящаяся в его рамках. Научная работа не может охватывать весь объект для изучения. Поэтому необходимо выделить конкретную сторону, на которую будет направлена деятельность исследователя. В качестве предмета исследования может выступать процесс, вид коммуникации, структура коммуникационного процесса и др.

Объект и предмет исследования как категории научного познания соотносятся между собой как общее и частное. В объекте выделяется та его часть, которая служит предметом исследования, на него и направлено основное внимание. Именно предмет определяет тему ВКР, которая обозначается на титульном листе как ее заглавие.

Таким образом, основными элементами введения являются: цель работы, задачи, объект исследования, предмет исследования, методы и материалы исследования, структура работы.

Среди методов исследования студенту необходимо обратить внимание на общенаучные **методы**, используемые в теоретических и эмпирических исследованиях, такие как: анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия, сравнение, измерение, моделирование, абстрагирование, конкретизация, системный анализ, формализация, гипотетический метод, наблюдение, эксперимент, лабораторные и полевые исследования; а также конкретно-научные (частные) методы научного познания, представляющие собой специфические методы конкретных наук: социологии, психологии, истории, экономики, логики и др.

Анализ – это метод исследования, который включает изучение предмета путем мысленного или практического разделения его на составные элементы (части объекта, его признаки, свойства, отношения, характеристики, параметры и т.д.). Каждая из выделенных частей анализируется отдельно в пределах единого целого.

Синтез – метод изучения объекта в его целостности, в единстве и взаимной связи его частей.

Индукция – метод исследования, при котором общий вывод о признаках множества элементов делается на основе изучения этих признаков у части элементов этого множества.

Дедукция – метод логического умозаключения от общего к частному, когда сначала исследуется состояние объекта в целом, а затем его отдельных элементов.

Аналогия – метод научного умозаключения, посредством которого достигается познание одних предметов и явлений на основании их сходства с другими.

Сравнение – метод научного изучения, посредством которого устанавливаются сходство и различие предметов и явлений действительности.

Измерение – метод научного исследования, процесса определения численного значения некоторой величины посредством определенной заранее единицы измерения.

Моделирование – метод научного познания, основанный на замене изучаемого предмета, явления на его аналог (модель), содержащий существенные черты, характеристики оригинала.

Абстрагирование – метод отвлечения, позволяющий переходить от конкретных предметов к общим понятиям и законам развития; применяется в исследованиях для перспективного планирования, когда прогнозируется развитие объекта на будущий период.

Конкретизация – метод исследования предметов во всей их разносторонности, в качественном многообразии реального существования во времени и пространстве в отличие от абстрактного, отвлеченного изучения предметов. При этом исследуется состояние предметов в связи с определенными условиями их существования и исторического развития.

Формализация – метод исследования объектов путем представления их элементов в виде специальной символики, например, представление себестоимости продукции специальной формулой (математической зависимостью), в которой при помощи символов изображены статьи затрат.

Гипотетический метод – основан на гипотезе – научном предположении, выдвигаемом для объяснения какого-либо явления и требующем проверки на опыте и теоретического обоснования, чтобы стать достоверно научной теорией. Он применяется при исследовании новых явлений, не имеющих аналогов (изучение эффективности новых машин и оборудования, телекоммуникационных и мобильных средств связи, себестоимости новых видов товарной продукции и т.п.).

Наблюдение – метод изучения предмета путем его количественного измерения и качественной характеристики.

Эксперимент – научно поставленный опыт в соответствии с целью исследования для проверки результатов теоретических исследований. Проводится в точно учитываемых условиях, позволяющих следить за ходом явлений и воссоздавать его повторно в заданных условиях.

Описываемые кратко во введении методы исследований содержательно отражаются в главах бакалаврской работы.

Методы исследования служат инструментами в решении поставленной цели исследования.

Основная часть

Основная часть бакалаврской работы может быть представлена как тремя, так и двумя главами. Главы могут дробиться на разделы и параграфы. Содержание глав должно отвечать задачам, сформулированным во введении.

Слово «Глава» не пишется.

Первая глава имеет теоретико-методологическое назначение, ее цель – описание объекта исследования через многоплановый теоретический анализ. Эта часть исследования носит характер системного и глубинного анализа понятийного аппарата.

В теоретической части необходимо провести анализ различных теоретических взглядов российских и зарубежных исследователей по теме бакалаврской работы. При рассмотрении каждого направления необходимо делать ссылку на его автора и источник, где данные идеи нашли отражение. При этом следует учитывать, что рассмотрение любой проблемы невозможно без отражения истории исследуемого вопроса, его развития, характеристики современного состояния. Здесь же необходимо дать определения основных понятий темы, показать подходы различных авторов к трактовке их сущности. Содержание текста должно соответствовать заголовкам подразделов, причем каждый последующий подраздел должен логически вытекать из предыдущего и быть его продолжением. В целом, все подразделы теоретической части должны полностью раскрывать первую главу работы.

Таким образом, в первой главе должна быть определена проблема теоретического характера в отношении избранной темы ВКР. Чаще всего проблемы теоретического характера касаются либо терминологии, классификации, либо эффективности применяемых методов, методик, моделей.

Глава заканчивается выводами, которые можно сделать по результатам проведенного анализа, и скорректированными определениями. Текст должен *содержать ссылки на используемые источники*.

Вторая глава посвящается предмету исследования. По сути, содержание второй главы представляет собой иллюстрацию того, как теоретические основы, изученные в первой главе, обретают практическое применение со своими успехами и недостатками к объекту профессиональной деятельности выпускника (федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Во второй главе предполагается проведение исследования конкретной проблемы в соответствии с темой выпускной квалификационной работы. Результатами анализа могут служить: проблемы управления коммуникациями организации; классифицированные и упорядоченные данные, свидетельствующие о состоянии изучаемого объекта; основные тенденции развития объекта. Особое внимание следует обратить на то, что анализ не должен превращаться в простое описание существующего состояния объекта.

В главе необходимо также дать краткую характеристику компании (организации), по данным которой проводится исследование. Нужно указать основные хозяйственные, организационные и социальные показатели, включающие определение количественных и/или качественных его характеристик. Сбор данных необходимых для написания второй главы, обучающийся осуществляет самостоятельно в компании, где проходит преддипломную практику.

Статистические данные, используемые для проведения анализа, должны отражать динамику развития исследуемого объекта в течение определенного времени. Выполняется эта часть работы на основе отчетности, а также при необходимости проводятся или используются материалы специальных исследований (например, анкетные опросы, анализ проводимых собеседований и используемых тестов). В данной главе рекомендовано наличие таблиц и рисунков, отражающих основные положения проведенного анализа. Вторая глава заканчивается выводами, отражающими основные тенденции развития компании, определяющими наличие конкретной коммуникационной проблемы в соответствии с темой ВКР. Данная часть работы должна содержать в себе фактические данные, обработанные с помощью современных методик и представленные в виде аналитических выкладок.

Третья глава. Разработка практических рекомендаций по решению коммуникативной проблемы компании должна включать в себя комплекс мер по повышению результативности деятельности объекта, прогноз развития исследуемого объекта, мероприятия по совершенствованию коммуникативных процессов, обеспечению качества и эффективности объекта. Особое внимание в данной главе следует уделить обоснованности предлагаемых мероприятий и положений. В ней дается описание предлагаемых мероприятий и оценки их ожидаемой эффективности. При этом мероприятия должны быть сформулированы конкретно, представлен их состав, период реализации, ожидаемые затраты, ответственные лица и должности, возможный экономический, организационный и социальный эффект. При разработке коммуникационных программ, мероприятий, рекламных кампаний необходимо представить медиаплан и провести расчеты по эффективности выбранных коммуникационных каналов (показатели медиаплана), тем самым подтвердить их целесообразность.

Обязательным условием для работы является связь между главами и последовательное развитие основной темы на протяжении всей работы.

В **заключении** следует четко сформулировать основные выводы, к которым пришел автор. Выводы должны быть краткими и органически вытекать из содержания работы. Они должны обобщать результаты проведенного исследования. Заключение целесообразно начать следующей фразой: «В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы: ...». В заключении, так же как и во введении, не допускается наличие таблиц, графиков и ссылок на литературу.

Список литературы (библиографический список)

Допускаются следующие способы группировки библиографических записей: алфавитный, систематический (в порядке первого упоминания в тексте), хронологический.

При алфавитном способе группировки все библиографические записи располагают по алфавиту фамилий авторов или первых слов заглавий документов. Библиографические записи произведений авторов-однофамильцев располагают в алфавите их инициалов. Издания одного автора располагаются в строго хронологическом порядке.

При систематической (тематической) группировке материала библиографические записи располагают в определенной логической последовательности в соответствии с принятой системой классификации.

При хронологическом порядке группировки библиографические записи располагают в хронологии выхода документов в свет.

Материал библиографического списка необходимо сгруппировать следующим образом:

- список нормативно-правовых актов и материалов юридической практики;
- список литературы;
- ссылки на ресурсы Интернет.

Нормативно-правовые акты располагаются в соответствии с убыванием их юридической силы в следующем порядке:

- международные акты, действующие на территории РФ, – по хронологии (дате издания);
- Конституция РФ;
- кодексы – по алфавиту;
- законы РФ – по хронологии;
- указы Президента РФ, в том числе по утверждению различных положений, инструкций и т.д. – по хронологии;
- акты Правительства РФ, в том числе по утверждению различных положений, инструкций и т.д. – по хронологии вне зависимости от вида нормативного акта;
- акты различных министерств и ведомств, в том числе по утверждению различных положений, инструкций и т.д. – по хронологии вне зависимости от ведомственной принадлежности и вида нормативного акта;
- решения иных государственных органов и органов местного самоуправления – по алфавиту, а затем – по хронологии;
- нормативные акты иностранных государств, не действующие на территории РФ.

В списке должно быть указано полное наименование нормативно-правового акта, дата его принятия, номер, а также источник публикации (отделяется от названия двумя косыми чертами //).

Пример оформления списка нормативно-правовых актов: Федеральный Закон «О рекламе» в последней редакции с последними изменениями (внесенными Федеральным законом от 2 июля 2021 г. № 347-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»), вступившими в силу 23 июня 2021 года // Официальный сайт «КонсультантПлюс».

По тексту работы должны быть сделаны ссылки не менее чем на 2/3 приводимых в списке использованных источников. При обосновании актуальности и рассмотрении теоретических основ

избранной темы необходимо, прежде всего, использовать законодательные акты (федеральные и региональные), внутриведомственные инструкции и другие распорядительные документы по выбранной для исследования проблеме. Целесообразно использовать справочно-правовые системы: «Гарант», «Консультант+» и др. Необходимо также подобрать и литературные источники, монографии по соответствующим разделам выпускной квалификационной работы. Студент должен самостоятельно подобрать литературу по избранной теме, используя для этого систематические и алфавитные каталоги библиотек. Большой объем информации может быть получен с интернет-серверов организаций, а также из статей журналов «Маркетинг в России и за рубежом», «Индустрия рекламы», «Маркетинг и маркетинговые исследования» и др. за последние 2–3 года. Подбирая и изучая литературные источники, целесообразно завести свой каталог в электронном виде. Наличие такого каталога значительно облегчит и ускорит составление впоследствии списка использованных источников, позволит сделать этот список точным.

Приложение не является обязательным. Приложения целесообразно создавать, когда автор использует относительно большое количество громоздких таблиц, статистического материала, рисунков, графических материалов, исторических справок и т.п. Такой материал, помещенный непосредственно в основную часть, затруднит бы чтение работы. В основном тексте необходимо сослаться на подобную информацию, включенную в приложение. В приложениях к работе могут быть представлены: структура PR департамента, статьи Закона РФ по рекламе и информации, структура коммуникационных ассоциаций и организаций, кодексы (PR, реклама), анкеты и т.д.

6 Оформление выпускной квалификационной работы

Текст выпускной квалификационной работы должен быть кратким, точным, не допускающим различных толкований, логически последовательным, достаточным для понимания. Это означает как соблюдение общих норм литературного языка и правил грамматики, так и учет особенностей научной речи: ее точности, однозначности терминологии, некоторых правил применения форм речи. Прежде всего, научному стилю характерно использование конструкций, исключающих употребление местоимений первого лица

единственного и множественного числа, местоимений второго лица единственного числа.

В научном тексте нельзя использовать разговорно-просторечную лексику. Необходимо применять соответствующую теме терминологию. Если есть сомнения в стилистической окраске слова, лучше обратиться к словарю.

Важнейшим средством выражения смысловой законченности, целостности и связности научного текста является использование специальных слов и словосочетаний. Подобные слова позволяют отразить следующее:

- последовательность изложения мыслей (вначале, прежде всего, затем, во-первых, во-вторых, значит, итак);

- переход от одной мысли к другой («прежде чем перейти к ... , обратимся к ...», «рассмотрим», «остановимся на», «рассмотрев ... , перейдем к ...», «необходимо остановиться на ...», «необходимо рассмотреть»);

- противоречивые отношения (однако, между тем, в то время как, тем не менее);

- причинно-следственные отношения (следовательно, поэтому, благодаря этому, сообразно с этим, вследствие этого, отсюда следует, что);

- различную степень уверенности и источник сообщения (конечно, разумеется, действительно, видимо, надо полагать, возможно, вероятно, по сообщению, по сведениям, по мнению, по данным);

- итог, вывод (итак, таким образом, значит, «в заключение отметим», «все сказанное позволяет сделать вывод», «резюмируя сказанное, отметим»).

Сокращение слов в тексте не допускается (за исключением общепринятых).

Нельзя употреблять в тексте специальные знаки (<, >, -, №, %) без цифр.

При написании текста важно следить за тем, чтобы в ходе изложения не терялась основная мысль работы. Она должна быть видна не только узкому специалисту по данной теме, но и читателю, непосвященному в данную проблемную область. Следует контролировать соответствие содержания главы или параграфа их заголовкам. Следует проверять, носит ли аргументация логически стройный характер. Желательно, чтобы конец каждой главы, параграфа или абзаца имел логический переход к следующему. В этой связи рекомендуется заканчивать каждый параграф и главу подведением

их итогов, из которых бы логически следовала необходимость дальнейшего рассмотрения проблемы, которое последует в новой главе или параграфе.

Главы начинаются с новой страницы, текст главы делится на параграфы по смыслу и, желательно, равномерно по объему. После того, как закончится первый параграф, второй параграф продолжается на этой же странице, если там остается место для названия параграфа и, как минимум, трех строк текста. Текст делится автором на абзацы произвольно. Однако опыт показывает, что на странице научного текста имеется от 2 до 4 абзацев.

Выпускная квалификационная работа оформляется в соответствии с государственными стандартами: ГОСТ 7.32-2017 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»; ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание»; ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»; ГОСТ 7.82-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления»; ГОСТ Р 7.0.12-2011 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила».

Бакалаврская работа должна быть оформлена печатным текстом на одной стороне листа белой бумаги одного сорта формата А4 (210×297 мм) через полтора интервала (межстрочного), шрифтом Times New Roman и размером шрифта 14 пунктов, *в том числе для заголовков*. Бакалаврская работа должна иметь твердый переплет.

Страницы должны быть пронумерованы. Номер страницы проставляют внизу по центру листа арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему документу. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер страницы на титульном листе не проставляют.

Расстояние от края листа бумаги до границ текста следует оставлять: в начале строк – 30 мм; в конце строк – 15 мм; от верхней или нижней строки текста до верхнего или нижнего края бумаги – 20 мм, размер абзацного отступа должен быть одинаковым по всему тексту работы и равным 12,5 мм. Между абзацами пропускать не должно.

Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всей ВКР, обозначенные арабскими цифрами. Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. Номера подразделов состоят из номера раздела и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Нумерация пунктов должна состоять из номера раздела, подраздела и пункта, разделенных точкой. Заголовки разделов и подразделов основной части отчета следует начинать с абзацного отступа и размещать после порядкового номера, печатая с прописной буквы, полужирным шрифтом, не подчеркивать, без точки в конце. Заголовки структурных элементов располагают симметрично тексту, печатают прописными буквами и отделяют от текста интервалом в одну строку. Расстояние между заголовком и текстом должно быть равно 2 интервалам. Расстояние между заголовками раздела и подраздела – 1 интервалу. Название главы – от абзацного отступа. Название параграфа – от абзацного отступа. Кавычки в тексте везде одинаковые – «/». В конце заголовков глав, параграфов, таблиц и рисунков точка не ставится, так же как и не ставится точка после цифр нумерации.

Рисунки и таблицы должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все рисунки и таблицы в тексте должны быть даны ссылки (например, «... на рисунке 1 представлена схема ...», «в таблице 2 отражены ...»). Рисунки и таблицы нумеруются арабскими цифрами, при этом нумерация сквозная, но допускается нумеровать и в пределах раздела (главы). В последнем случае номер рисунка или таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой (например: Рисунок 2.1. Организационная структура PR департамента). Название рисунка с его номером располагается по центру, название таблицы с ее номером – от начала таблицы. Номер таблицы и ее название пишутся через тире от левого поля без отступа перед таблицей. Номер и название рисунка пишутся через тире посередине строки после рисунка. Перед этим обязательно должна быть ссылка на них. Слова «рисунок» и «таблица» не сокращают. Слов «диаграмма», «график» и т.п. в названиях иллюстраций быть не должно. Все таблицы / рисунки должны быть в одном стиле по всей работе, не допускается вставка скопированных таблиц / рисунков в другом стиле (серая граница, фоновый цвет, другой шрифт и т.д.). Обязательно название осей у графических рисунков. Таблица может быть набрана 12 шрифтом через 1 интервал.

Формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Над и под каждой формулой нужно оставить по пустой строке. Все формулы нумеруются. Обычно нумерация сквозная. Номер проставляется арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. У формул нумерация сквозная. Допускается нумерация в пределах раздела (первая цифра обозначает номер главы, вторая – номер формулы).

После формулы ставится запятая и с новой строки после слова «где» идет расшифровка каждого обозначения, например:

$$ROI = (Z_1 - Z_0) / I * 100, \quad (1.1)$$

где

Z_1 и Z_0 – прибыль на конец и начало анализируемого периода;

I – стоимость, расходы кампании по продвижению.

Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, отделяются запятой.

На формулы, заимствованные из какого-либо источника, делается ссылка в квадратных скобках [23, с. 50].

Ссылки на литературные источники в тексте делаются в конце цитируемой фразы в квадратных скобках: на первом месте номер цитируемого источника в списке использованных источников, затем через запятую номер страницы в нем.

Список источников включает библиографическое описание документов и материалов, использованных автором в процессе работы. Список должен включать не менее 30 источников, значительная часть которых является современными изданиями / публикациями (сроком давности до десяти лет). Список использованной литературы:

- нормативные документы,
- литература,
- ресурсы Интернет.

Примеры библиографических описаний

Федеральные законы следует записывать в формате:

Федеральный закон от [дата] № [номер] «[название]» // [официальный источник публикации, год, номер, статья]

Электронная версия нормативного документа:

Гражданский кодекс. Часть первая [Электронный ресурс]: [федер. закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ: принят Гос. Думой 21 октября 1994 г.] / СПС «Гарант».

Законы располагаются не по алфавиту, а по дате принятия – впереди более старые.

Литература

1. Информационно-коммуникационные технологии третьего тысячелетия: учебное пособие / П.В. Меньшиков, Е.Е. Юсупова, В.С. Новикова [и др.]; под редакцией П.В. Меньшикова; МГИМО (У) кафедра медийной политики и связей с общественностью. – Москва: МГИМО-Университет, 2020.

2. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика. М.: Юрайт, 2017.

Ресурсы Интернет

Пашков Р.В. Подходы к формированию и контролю банковских лимитов [Электронный ресурс] / Р.В. Пашков // Внутренний контроль в кредитной организации. – 2012. – № 4. – Электрон. текст. и граф. дан. – М.: Корпоративный менеджмент – портал об управленческом менеджменте, консалтинге и маркетинге, 2013. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/finanalysis/banks/limit_control.shtml.

7 Требования, предъявляемые к защите выпускной квалификационной работы

Подготовка выпускной квалификационной работы к защите

Руководитель обязан регулярно информировать кафедру и деканат факультета о ходе подготовки выпускной квалификационной работы студента.

ВКР не допускается к защите и возвращается студенту, если ее содержание не раскрывает тему исследования или студент не проявил достаточной самостоятельности при написании работы.

Окончательный вариант ВКР передается студентом своему научному руководителю не позднее, чем за 2 недели до установленного срока защиты ВКР для написания отзыва руководителя.

7.1 Проверка выпускной квалификационной работы на наличие плагиата

Данная проверка осуществляется не позже, чем за 10 дней до установленного срока защиты выпускной квалификационной работы.

Студент несет ответственность за своевременное поступление выпускной квалификационной работы на проверку в системе «Антиплагиат».

Результаты проверки выпускной квалификационной работы в системе «Антиплагиат» подписываются руководителем и прилагаются к отзыву.

На основе анализа результатов проверки выпускной квалификационной работы в системе «Антиплагиат» руководителем принимается решение о допуске ВКР к защите.

Выпускная квалификационная работа допускается к защите, если объем оригинального текста в представленной работе составляет не менее 50%.

В случае меньшего объема оригинального текста выпускная квалификационная работа, в исключительных случаях, может быть переработана и допущена к повторной проверке в системе «Антиплагиат» при сохранении ранее установленной темы работы, не позднее, чем за 8 дней до установленного срока защиты.

При несогласии студента с отказом в допуске выпускной квалификационной работы к защите по результатам ее проверки системой «Антиплагиат», заведующим кафедрой создается комиссия из членов кафедры для проведения рецензирования работы. Окончательное решение о допуске выпускной квалификационной работы к защите принимается на заседании кафедры. Студенту предоставляется право изложить свою позицию членам кафедры относительно самостоятельности выполнения им письменной работы.

Заведующий кафедрой, ознакомившись с выпускной квалификационной работой и отзывом руководителя, решает вопрос о допуске студента к защите на заседании кафедры и ставит свою подпись на титульном листе выпускной квалификационной работы. Если заведующий кафедрой не считает возможным допустить студента к защите, то этот вопрос обсуждается на заседании кафедры с участием руководителя, где формулируется мотивационное решение о причине отказа в допуске к защите. Протокол заседания кафедры представляется на Совет факультета.

7.2 Предварительная защита

Предзащита устанавливается по желанию руководителя выпускной квалификационной работы. Процедура предзащиты принята на кафедре для того, чтобы студент мог заранее внести в работу

изменения, улучшающие отдельные её фрагменты, научиться грамотно и аргументировано отстаивать свое мнение. Предзащита выпускных квалификационных работ проводится в присутствии небольшого количества членов кафедры (2–4 человека), но с соблюдением всей процедуры защиты (представление защищающегося, доклад по выпускной квалификационной работе, вопросы по работе, заключительное слово). По результатам предзащиты студенту рекомендуется внести соответствующие изменения и только после этого брошюровать выпускную квалификационную работу.

Готовясь к защите ВКР, студент составляет тезисы выступления (доклад), подготавливает презентацию с использованием пакета Microsoft PowerPoint.

Доклад защищающегося начинается со слов «Уважаемый Председатель государственной экзаменационной комиссии! Уважаемые члены государственной экзаменационной комиссии! Вашему вниманию представляется выпускная квалификационная работа студента ... на тему ...» и должен содержать:

- цель выпускной квалификационной работы;
- задачи, которые были поставлены и решены в процессе исследования;
- объект исследования;
- предмет исследования;
- основные результаты проведенного исследования по каждой задаче;
- полученные лично защищающимся выводы и рекомендации (личный вклад автора).

В конце своего выступления студент говорит «Спасибо за внимание». Выступление не должно включать теоретические положения, заимствованные из литературы или нормативных документов.

Основными принципами при подготовке презентации выпускной квалификационной работы с помощью пакета Microsoft PowerPoint являются лаконичность, ясность, уместность, сдержанность, наглядность (подчеркивание ключевых моментов), запоминаемость (разумное использование ярких эффектов). Презентация выпускной квалификационной работы состоит из небольшого количества слайдов (10–15 слайдов), отображающих цели, задачи выпускной квалификационной работы, актуальность выбранной темы, краткое содержание работы, представленной в рисунках, схемах, таблицах. Необходимо начать презентацию с заголовочного слайда и завершить итоговим. В заголовочном слайде приводится название

выпускной квалификационной работы, автор, руководитель. В презентации каждый слайд должен быть пронумерован справа вверху «Слайд 1», «Слайд 2» и т.д. Каждый слайд должен иметь заголовок. При настройке временного режима презентации необходимо помнить, что визуальное восприятие слайда презентации занимает от 2 до 5 секунд. Студент может воспользоваться шаблонами для подготовки профессиональной презентации, а также интерактивными элементами. Итоговый слайд – «Спасибо за внимание!».

7.3 Защита выпускной квалификационной работы

Данная защита представляет собой следующую процедуру:

– объявление председательствующего о защите выпускной квалификационной работы студента и предоставление ему слово для доклада;

- доклад защищающегося;
- ответы защищающегося на вопросы членов ГЭК;
- отзыв руководителя;
- заключительное слово защищающегося.

Время выступления защищающегося – 5 минут. По истечении отведенного времени председательствующий имеет право остановить выступление.

После выступления студента члены ГЭК задают ему любые интересующие их вопросы по теме выпускной квалификационной работы. Ответы на вопросы – важный этап защиты. Именно в этот момент студент может показать членам ГЭК, насколько самостоятельно ориентируется в научной проблеме. Обычно докладчику задается от двух до шести вопросов. Вопросы, задаваемые на защите, как правило, имеют целью не только уточнить научные позиции студента, отдельные положения выпускной квалификационной работы, определения понятий, факты и т.п., но и поддержать студента, дать возможность детализировать наиболее интересные, сильные стороны работы. Отвечая на вопросы, защищающийся должен затрагивать только суть.

Защищающейся в своем заключительном слове последовательно отвечает на все замечания и пожелания, высказанные в отзыве руководителя. Заключительное слово включает в себя также отзыв о сотрудничестве с преподавательским коллективом вуза. Хорошим тоном выступления считается выражение благодарности преподавателям, членам ГЭК, руководителю, всем, кто способствовал успешной защите выпускной квалификационной работы.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы обсуждаются на закрытом заседании государственной экзаменационной комиссии, решения принимаются простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании. При оценивании выпускной квалификационной работы учитываются отзыв руководителя. При равном числе голосов мнение председателя является решающим.

Выпускная квалификационная работа оценивается по следующим критериям:

- уровень практического анализа проблемы;
- характеристика используемых методов;
- степень законченности разработки;
- самостоятельность выполнения;
- лаконичность;
- последовательность изложения;
- логика изложения

Оценка результатов защиты выпускной квалификационной работы осуществляется по четырех балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляется в день защиты после оформления в установленном порядке протокола заседания экзаменационной комиссии.

Оценка **«отлично»** выставляется при условии, что:

- работа выполнена самостоятельно, носит творческий характер, содержит элементы научной новизны;
- собран, обобщен, и проанализирован достаточный объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, позволивший всесторонне изучить тему и сделать аргументированные выводы и практические рекомендации;
- при написании и защите работы выпускником продемонстрированы глубокие теоретические знания и наличие практических навыков;
- работа хорошо оформлена и своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению выпускной квалификационной работы;
- на защите освещены все вопросы исследования, ответы студента на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами, отраженными в работе.

Оценка *«хорошо»* ставится, если:

– тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда оригинальны и/или не имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы;

– собран, обобщен и проанализирован необходимый объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, но не по всем аспектам исследуемой темы сделаны выводы и обоснованы практические рекомендации;

– при написании и защите работы выпускником продемонстрировано наличие теоретических знаний и достаточных практических навыков;

– работа своевременно представлена на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы дана общая характеристика основных положений работы, были даны неполные ответы на вопросы.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда:

– тема работы раскрыта частично, но в основном правильно, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы;

– в работе не использован весь необходимый для исследования темы объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, выводы и практические рекомендации не всегда обоснованы;

– при написании и защите работы выпускником продемонстрировано отсутствие глубоких теоретических знаний и устойчивых практических навыков;

– работа своевременно представлена на кафедру, однако не в полном объеме по содержанию и/или оформлению соответствует предъявляемым требованиям;

– в процессе защиты выпускник недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если:

– содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены бессистемно и поверхностно, нет анализа практического материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования;

– работа не оригинальна, основана на компиляции публикаций по теме;

– работа несвоевременно представлена на кафедру, не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям;

– на защите выпускник показал поверхностные знания по исследуемой теме, отсутствие представлений об актуальных проблемах по теме работы, не уверенно и не точно отвечал на вопросы.

Приложения

Приложение 1. Перечень тем выпускных квалификационных работ

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Разработка информационной политики компании в условиях кризиса.
2. Связи с общественностью в органах государственной власти: способы взаимодействия с целевой аудиторией.
3. Организация PR-кампаний в коммерческом секторе.
4. Управление эффективностью рекламной деятельности на предприятиях розничной торговли.
5. Разработка коммуникационной программы по выводу предприятия на российский рынок.
6. Разработка программы PR-сопровождения специальных спортивных мероприятий.
7. Использование вирусных технологий в современных рекламных кампаниях.
8. Разработка рекламной кампании ВУЗа.
9. Формирование имиджа и деловой репутации ВУЗа.
10. Разработка медиаплана рекламной кампании региональной организации.
11. Современные подходы и PR технологии в коммуникационной деятельности организации.
12. Digital-проекты как инструмент продвижения бренда в интернет-пространстве.
13. Влияние бьюти-блогеров на потребительское поведение пользователей косметической продукции.
14. Влияние коммуникационных проектов на решение социально значимых проблем российского общества.
15. Корпоративные коммуникации в системе мотивации персонала коммерческой компании.
16. Гендерные аспекты в коммуникационной политике российских компаний.

17. Имидж университета как фактор выбора абитуриентами высшего учебного заведения.

18. Инструменты продвижения современных арт-объектов на рынке искусства.

19. Медиамем как форма современной политической коммуникации.

20. Медиафрейминг как инструмент конструирования общественного мнения.

21. Роль контент-маркетинга и его влияние на продвижение товаров и услуг в интернете.

22. Стратегические корпоративные коммуникации крупных компаний: пределы использования новых медиа

23. Управление информационным полем в кризисной ситуации: опыт российских компаний.

24. Основные решения в сфере брендинга территорий: коммуникации с внешними целевыми аудиториями.

25. Особенности использования сети интернет для бизнес-коммуникаций.

26. Продвижение внутреннего и выездного туризма в России: особенности использования инструментов PR и событийного маркетинга.

27. Современные PR-стратегии продвижения краудфандинговых платформ в России и за рубежом.

28. Современные учреждения культуры и искусства: использование новых медиа для привлечения молодой аудитории.

29. Формирование положительного образа Вооруженных Сил России для молодых людей призывного возраста.

30. Стратегия продвижения российских патриотических фильмов на кинорынке в России.

31. Механизмы регулирования размещения наружной рекламы в городской среде.

32. Особенности использования репутации известной личности в социальных проектах.

33. Планирование и реализация рекламной кампании.

34. Юбилей компании как способ продвижения корпоративного имиджа.

35. Коммуникационные аспекты музейной деятельности в современной России.

36. Особенности разработки и продвижения бренда северных территорий России

37. Особенности управления коммуникациями в период экологического кризиса

38. Особенности размещения наружной рекламы в городском пространстве Санкт-Петербурга.

39. Возможности технологий PR в компаниях малого бизнеса.

40. Интегрированные коммуникации в формировании имиджа ВУЗа (РГГМУ).

41. Планирование и реализация PR-кампании.

42. Разработка модели брендинга для российской компании.

43. Особенности взаимодействия брендов в сфере спортивной моды.

44. Роль спонсорства и благотворительности в продвижении компании.

45. Наружная реклама как элемент коммуникативной среды города.

46. Влияние PR-технологий на формирование политической активности молодежи.

47. Особенности коммуникационных кампаний государственных учреждений.

48. Создание информационного пространства предприятия посредством социальных сервисов сети интернет.

49. Совершенствование работы рекламного агентства (отдела рекламы и связей с общественностью) в условиях экономического спада.

50. Фирменный стиль компании как элемент корпоративной культуры.

51. Формирование репутации компании PR-средствами.

52. Особенности коммуникационных кампаний финансовых организаций.

53. Формирование экологического сознания жителей крупных городов PR-средствами.

54. Сайт как эффективный PR-инструмент в формировании имиджа компании.

55. Внутривузовские издания как коммуникационный канал взаимодействия с целевыми аудиториями.

56. Особенности рекламной кампании по продвижению нового продукта в социальных сетях.

57. Роль пресс-службы в продвижении бренда организации.

58. Разработка PR-стратегии компании.

59. Разработка системы связей с инвесторами как приоритетное направление в сфере корпоративных коммуникаций.

60. Внутрикorporативные мероприятия как PR-технологии.

61. Проблемы конструирования персонального имиджа.

62. Организация специальных PR-мероприятий среди молодежи.

63. PR-сопровождение демографической политики государства.

64. Региональные проекты и их PR-поддержка в Санкт-Петербурге.

65. Разработка коммуникационной модели для организаций сферы культуры и досуга.

66. Формирование репутации в банковской сфере.

67. Условия и необходимость обновления бренда российских компаний.

68. Коммуникативная программа формирования лояльности к компании.

69. Особенности формирования идентичности бренда.

70. Эффективность взаимодействия бренда компании со сферой искусства и культуры.

71. Особенности продвижения товаров и услуг здорового образа жизни на российском рынке.

72. Малозатратный маркетинг в продвижении товаров и услуг.

73. Проблема конгломерации в средствах массовой коммуникации.

74. Институциональный подход к манипуляции общественным сознанием.

75. Социальные сети как инструмент формирования патриотического сознания.

76. Особенности использования непрямой рекламы в продвижении товаров и услуг.

77. Формирование политической активности молодежи PR-средствами.

78. Формирование экологического сознания жителей крупных городов средствами рекламы и PR.

79. Продвижение внутреннего и выездного туризма в России PR средствами.

Приложение 2. Пример заявления

Заведующему кафедрой
инновационных технологий управления
в государственной сфере и бизнесе
д.э.н, проф. Фировой И.П.

от студента гр. № _____

_____ (ФИО студента)

ЗАЯВЛЕНИЕ-УВЕДОМЛЕНИЕ

Прошу Вас утвердить (или изменить) тему выпускной квалификационной работы _____
и назначить научным руководителем _____

Я, ознакомлен(-а) с действующим положением «О выпускной квалификационной работе».

Уведомляю о согласии проведения проверки текста данной выпускной квалификационной работы в системе «Антиплагиат».

Даю согласие на размещение текста своей ВКР и приложений к ней в ЭБС ГидроМетеоОнлайн.

« ___ » _____ 20__ года.

_____ / _____
(подпись / расшифровка)

Приложение 3. Шаблон титула ВКР

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра инновационных технологий управления
в государственной сфере и бизнесе

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

На тему: Название темы в соответствии с приказом об утверждении тем

Исполнитель: Ф.И.О.

Руководитель: должность, звание Ф.И.О.

«К защите допускаю»
Заведующий кафедрой

должность, звание Ф.И.О.

«__» _____ 20__ г.

Санкт-Петербург, 20__ г.

Приложение 4. Задание на выполнение выпускной квалификационной работы (шаблон)

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления
в государственной сфере и бизнесе

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
д.э.н, проф. Фирова И. П.

«__» _____ 20__ г.

**Задание
на выпускную квалификационную работу**

студенту(ке) _____
(фамилия, имя, отчество)

Тема _____

закреплена приказом ректора Университета от «__» _____ 20__ года, №

1. Срок сдачи законченной работы «__» _____ 20__ года.

2. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____

Перечень вопросов, подлежащих разработке (краткое содержание работы (проекта):

– Введение. Актуальность темы, цели и задачи выпускной квалификационной работы.

Глава 1. _____
(наименование главы)

(содержание главы и её разделов, параграфов)

Глава 2. _____
(наименование главы)

(содержание главы и её разделов, параграфов)

Глава 3. _____
(наименование главы)

(содержание главы и её разделов, параграфов)

– Заключение. Выводы по работе в целом. Оценка степени решения поставленных задач. Практические рекомендации.

3. Перечень материалов, представляемых к защите:

– Раздаточный материал (5 экз.);

– презентация _____;
(наименование)

– другое _____;
(наименование)

4. Дата выдачи задания: «__» ____ 20__ года

Руководитель выпускной квалификационной работы

(должность, ученая степень, ученое звание, фамилия, имя, отчество) (подпись)

Задание принял(а) к исполнению «__» ____ 20__ года

Студент(ка) _____
(фамилия, имя, отчество, учебная группа) (подпись)

Задание на выпускную квалификационную работу студенту(ке) _____

1. Тема «Эффективность взаимодействия бренда компании со сферой искусства и культуры» закреплена приказом ректора Университета от «__» _____ 20__ года, №__

2. Срок сдачи законченной работы «__» _____ 20__ года.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе:

- Федеральный Закон «О рекламе»;
- Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- локальные и нормативные документы ФГБОУ ВО РГГМУ;
- литература и источники по теме ВКР;
- Интернет-источники

4. Перечень вопросов, подлежащих разработке.

– *Введение.* Актуальность темы: эффективность сотрудничества коммерческих брендов с брендами организаций в сфере культуры и искусств обеспечивают не только коммерческую выгоду, но и оказывают многообразие социальных воздействий. В связи с этим возникает потребность исследования многомерности возможностей такого сотрудничества.

Работа актуализирована для **ФГБОУ ВО РГГМУ.**

Цель работы: разработка рекомендаций по усовершенствованию креативного партнёрства бренда РГГМУ и Русского музея (Музей).

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: провести анализ литературы и источников по современному брендингу; рассмотреть его значение в условиях экономики впечатлений; проанализировать роль брендов Университета и Музея в культурном сотрудничестве; разработать рекомендации по усовершенствованию креативного партнёрства; оценить эффективность предлагаемых рекомендаций.

– 1. Бренд как способ неценовой конкуренции. Первая глава состоит из трех параграфов. В первом параграфе «Роль и место бренда в современном обществе» раскрываются сущностные положения бренда в современных условиях, а также определяется его роль для организации. Во втором параграфе «Брендинг в условиях

экономики впечатлений» выявляются актуальные тенденции развития бренда в рамках эмпирического маркетинга, а также феномен совместного брендинга в качестве инструмента коллаборации. Третий параграф «Креативное партнёрство как вид совместного брендинга» посвящён изучению взаимодействия культурных индустрий с брендами организаций и эффективности подобного сотрудничества.

– 2. Анализ креативного партнёрства на примере ФГБОУ ВО «РГГМУ» (Университет) и Государственного Русского музея (Музей) включает в себя два параграфа. В первом параграфе «Общая характеристика Университета» был проведён анализ структурных подразделений; учёт основных направлений деятельности, изучение партнёрских организаций. Второй параграф «Виртуальный филиал Русского музея» раскрывает основные положения культурного сотрудничества Государственного Русского музея и ФГБОУ ВО «РГГМУ», совместным проектом которой выступает Виртуальный филиал.

– 3. Разработка рекомендаций по усовершенствованию креативного партнёрства Университета и Музея состоит из двух параграфов. Первый параграф «Предложения по усовершенствованию креативного партнёрства» раскрывает практическую значимость дипломной работы. Второй параграф «Оценка и критерии эффективности предложенных рекомендаций» обуславливает результативность разработанных предложений.

– *Заключение.* В ходе выполнения работы были достигнуты поставленные цель и задачи. Автором были разработаны актуальные предложения по развитию инновационной платформы в рамках культурного сотрудничества и обоснована их целесообразность.

5. Перечень материалов, представляемых к защите:

- сброшюрованный текст диплома;
- раздаточный материал в виде текста, таблиц и рисунков;
- презентация ВКР в виде слайдов в формате Power Point.

Руководитель выпускной квалификационной работы

Должность, ученое звание

Ф.И.О.

подпись

Задание приняла к исполнению «__» _____ 20__ года

Студент(ка) гр. № _____

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН выполнения выпускной квалификационной работы

№№ п/п	Наименование этапов выпускной квалификационной работы	Срок выполне- ния этапов ВКР
1.	Составление плана ВКР	
2.	Сбор и обработка научной литературы и других источников теоретических материалов по 1 главе, её написание	
3.	Сбор, систематизация и обработка материалов по 2 главе, её написание	
4.	Сбор, обработка и анализ материалов по 3 главе, её написание, подготовка заключения выполненной ВКР	
5.	Предварительная защита ВКР на кафедре ИТУ в ГСБ (по желанию руководителей)	
6.	Передача окончательного варианта (проверенного и откорректированного) ВКР студентом своему руководителю	
7.	Проверка ВКР на объём заимствования в университетской интернет-системе «Антиплагиат»	
8.	Сдача готовой сброшюрованной ВКР и сопроводительных документов секретарю ГЭК на кафедру за 10 дней до защиты	
9.	Защита ВКР перед государственной экзаменационной комиссией	

Руководитель выпускной квалификационной работы
должность, звание Ф.И.О.
руководителя ВКР _____

Задание приняла к исполнению «__» _____ 20__ г.
Студент (ка) _____

Приложение 5. Пример оформления содержания ВКР

Тема: Разработка системы коммуникаций с аудиториями организации в период кризиса.

Содержание

Введение	3
1 Сущность коммуникационной деятельности организации	6
1.1 Понятие коммуникаций и их задачи в деятельность организации	6

1.2 Основные целевые аудитории и инструменты коммуникационного сопровождения деятельности организации	11
1.3 Организация системы антикризисных интегрированных коммуникаций	18
2 Анализ коммуникационной деятельности организации в период кризиса на примере ООО «Промышленные газовые технологии»	23
2.1 Характеристика организационно-экономической деятельности организации	23
2.2 Анализ целевой аудитории коммуникационной деятельности организации	32
2.3 Проблемы коммуникационной деятельности организации в период кризиса	37
3 Совершенствование системы антикризисных коммуникаций на примере организации ООО «Промышленные газовые технологии»	43
3.1 Основные пути и направления улучшения коммуникационной деятельности организации с целевой аудиторией в период кризиса	43
3.2 Разработка мероприятий по улучшению системы коммуникаций с целевой аудиторией организации в период кризиса	49
3.3 Оценка эффективности коммуникационной системы организации	56
Заключение	58
Список литературы	60
Приложения	66

Содержание

1 Общие положения	3
2 Требования к выпускной квалификационной работе как способу формирования и оценки компетенций.	5
3 Выбор и утверждение темы выпускной квалификационной работы	9
4 Назначение руководителя выпускной квалификационной работы	11
5 Требования, предъявляемые к структуре, содержанию, объему и оформлению выпускной квалификационной работы	12
6 Оформление выпускной квалификационной работы	21
7 Требования, предъявляемые к защите выпускной квалификационной работы	26
7.1 Проверка выпускной квалификационной работы на наличие плагиата	26
7.2 Предварительная защита	27
7.3 Защита выпускной квалификационной работы	29
Приложения	32
Приложение 1. Перечень тем выпускных квалификационных работ	32
Приложение 2. Пример заявления.	36
Приложение 3. Шаблон титула ВКР	36
Приложение 4. Задание на выполнение выпускной квалификационной работы (шаблон).	37
Приложение 5. Пример оформления содержания ВКР.	41

Учебное издание

Фейлинг Татьяна Борисовна,
канд. пед. наук, доцент кафедры ИТУвГСБ РГГМУ
Каткова Татьяна Владимировна,
канд. экон. наук, доцент кафедры ИТУвГСБ РГГМУ

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

*Методические указания для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью,
профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью»*

*Начальник РИО А.В. Ляхтейнен
Редактор Л.Ю. Кладова
Верстка М.В. Ивановой*

Подписано в печать 04.03.2022. Формат 60×90 ¹/₁₆. Гарнитура Times New Roman.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 2,75. Тираж 10 экз. Заказ № 1186.
РГГМУ, 192007, Санкт-Петербург, Воронежская ул., 79.
