



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии
Кафедра связей с общественностью и рекламы

Утверждаю:
Декан ФМКФиП
С.А. Мансков


«_04»_июня 2019г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Рекомендовано методической комиссией факультета массовых
коммуникаций, филологии и политологии
для обучающихся ФГБОУ ВО «АлтГУ» по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Барнаул
2019

УДК 659(07)
ББК С842я73

Рецензент: к.соц.н., доцент, начальник отдела политики занятости и развития рынка труда управления по занятости населения Главного управления Алтайского края по труду и социальной защите (Главтрудсоцзащита) Кальнеус Анна Сергеевна

Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / сост. д.соц.н., проф. А.В. Ковалева, к. филол. н, доц. Е.В. Валулина, к.соц.н., доц. Г.В. Говорухина. – Барнаул, 2019. – 28 с.

В методических рекомендациях представлены общие положения по разработке и написанию выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы), указания по выбору темы выпускной квалификационной работы, сформулированы требования к ее структуре, содержанию и оформлению.

Методические рекомендации предназначены для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

УДК 659(07)
ББК С842я73

© Алтайский государственный университет, 2019

Содержание

1. Общие положения.....	4
2. Содержание основных этапов подготовки ВКР.....	5
3. Методологический аппарат ВКР.....	12
4. Оформление ВКР.....	14
5. Защита ВКР.....	20
Приложение 1.....	24
Приложение 2.....	25
Приложение 3.....	26
Приложение 4.....	28

1. Общие положения

Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) разработаны в соответствии с «Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», утвержденного ученым советом АлтГУ 25.09.2018 г. (протокол №1).

Методические рекомендации утверждены ученым советом факультета массовых коммуникаций, филологии и политологии (протокол № 5 от 04.06.2019).

Выпускная квалификационная работа бакалавра (бакалаврская работа) является квалификационной работой, завершающей подготовку бакалавров, содержащая совокупность результатов и научных положений, выдвигаемых автором для публичной защиты, имеющую внутреннее единство, свидетельствующую о личном вкладе и способности автора проводить самостоятельные научные исследования, используя теоретические знания и полученные навыки.

Выпускная квалификационная работа (ВКР) – самостоятельное исследование, которое систематизирует, закрепляет и углубляет теоретические знания, а также практические навыки при анализе изучаемой проблемы, выявляет научные интересы, способности и творческие возможности студента, характеризующие его квалификационный уровень. ВКР является свидетельством профессиональной компетентности выпускника.

В процессе подготовки и написания ВКР студенты:

- обобщают и углубляют свои теоретические знания и практические умения;
- совершенствуют навыки организации научного исследования;
- изучают и обобщают позитивный опыт практики в сфере рекламы и связей с общественностью.

При подготовке ВКР студенту необходимо:

1. Выбрать тему. На кафедре связей с общественностью и рекламы имеется перечень тем, предложенных преподавателями и утвержденных на заседании кафедры. Кроме того, студент может предложить собственную тему бакалаврской работы с последующим ее утверждением на кафедре. Выбор темы исследования должен соответствовать следующим требованиям: актуальность; теоретическая и практическая значимость, возможность использования на практике. При формулировке темы важно отразить проблему и область исследования.

2. Подать заявление на кафедру с указанием темы (приложение № 1).
3. Уточнить с научным руководителем тему и структуру работы.
4. Утвердить на заседании кафедры тему ВКР.

5. Обсудить план работы и основные направления исследования с руководителем (во время консультаций).
6. Собрать материал по теме, составить библиографический указатель.
7. Оформить текст ВКР в соответствии с требованиями.
8. Сдать выполненную работу научному руководителю. Обсудить с ним замечания и подготовить окончательный вариант ВКР.
9. Пройти предзащиту на кафедре и получить рекомендации к защите.
10. Получить отзыв научного руководителя.
11. Пройти проверку по программе «Антиплагиат – вуз».
12. Сдать ВКР в переплете (вместе с электронным вариантом) на кафедру не позднее, чем за 10 дней до защиты.

2. Содержание основных этапов подготовки ВКР

Выполнение выпускной квалификационной работы начинается с выбора темы; затем студенты пишут заявление на имя заведующего кафедрой (приложение № 1). После утверждения на кафедре руководителя студенты приходят на консультацию к руководителю, которая предусматривает:

- обсуждение цели и задач работы, основных моментов избранной темы;
- консультирование по вопросам подбора литературы;
- составление предварительного плана;
- составление графика выполнения работы.

Следующим этапом является работа с литературой. Необходимая литература подбирается студентами самостоятельно. Вначале целесообразно определить достаточно широкий круг источников по теме. Выписывая литературу, необходимо: точно указывать фамилии и инициалы авторов, редакторов; записывать полностью название книг и статей; указывать место и год издания книг, их объем (количество страниц); выписывать названия журналов, их номер, год издания.

После подбора литературы целесообразно сделать рабочий вариант плана работы. В нем нужно выделить основные вопросы темы и подвопросы, раскрывающие их содержание.

Составленный список литературы и предварительный вариант плана уточняются, согласуются на очередной консультации с руководителем.

Затем начинается следующий этап работы – изучение литературы. Только внимательно читая и конспектируя литературу, можно разобраться в основных вопросах избранной темы и подготовиться к самостоятельному (авторскому) изложению содержания ВКР. По мере накопления изученного материала возможны уточнения, изменения предварительного варианта плана ВКР.

Требования к содержанию выпускной квалификационной работы

Введение отражает логику проведенного исследования и позволяет оценить степень проработанности темы.

Во введении в краткой форме:

- обосновывается актуальность избранной темы;
- освещается степень ее разработанности в отечественной и мировой науке;
- формулируется проблема исследования;
- определяются объект, предмет, цель и задачи ВКР;
- описывается его эмпирическая/информационная база;
- дается оценка теоретической и практической значимости проведенного исследования;
- указывается апробация результатов проведенного исследования;
- отмечаются основные структурные составляющие текста работы.

Объем введения для выпускной квалификационной работы составляет 5-7 страниц выровненного по ширине компьютерного текста.

В основной части работы должно быть полно и систематизировано изложено состояние вопроса, которому посвящена данная работа. Предметом анализа должны быть новые идеи, проблемы, возможные подходы к их решению, результаты предыдущих исследований по вопросу, которому посвящена данная работа (при необходимости), а также возможные пути решения поставленных целей и задач.

Основная часть выпускной ВКР состоит из нескольких логически завершенных разделов (глав), которые могут разбиваться на параграфы и пункты. Каждый из разделов (глав) посвящен решению одной из задач, сформулированных во введении, и заканчивается выводами, к которым пришел автор в результате проведенных исследований. Каждая глава является базой для последующей. Количество глав не может быть менее одной. Названия глав должны быть предельно краткими и точно отражать их основное содержание. Название главы не может повторять название ВКР. Последовательность теоретического и экспериментального разделов в основной части выпускной работы не является регламентированной и определяется типом и логикой исследования. В заключительной главе анализируются основные результаты, полученные лично автором в процессе исследования (в сопоставлении с результатами других авторов), приводятся разработанные им рекомендации и предложения, опыт и перспективы их практического применения.

В заключении работы дается обобщенная итоговая оценка проделанной работы. По содержанию заключения судят о профессиональной зрелости и практической квалификации, о теоретической и практической значимости ВКР. Важно, чтобы заключение не стало механическим суммированием выводов по параграфам и главам. Оно должно быть итогом интегрирования этих выводов, синтезированным выражением всего существенного, что содержится в работе. Как правило, в заключении выпускной квалификационной работы отражаются следующие аспекты:

- актуальность изучения проблемы в целом или ее отдельных аспектов;
- перспективность использованного подхода;
- практическая значимость результатов работы;
- целесообразность применения тех или иных методов и методик;
- сжатая формулировка основных выводов, полученных в результате

проведения исследования.

Рабочий вариант текста ВКР предоставляется руководителю на проверку. На основе рабочего варианта текста руководитель вместе со студентом обсуждает возможности доработки текста, его оформление и т.д. После доработки бакалаврская работа передается руководителю для оценивания.

После завершения работы над текстом на кафедре проходит предзащита ВКР. После этого студент получает рекомендацию для защиты своей выпускной квалификационной работы перед государственной экзаменационной комиссией. За 10 дней до защиты студент передает секретарю ГЭК окончательный вариант своей работы с обязательным отзывом руководителя.

На защиту выпускник представляет:

1. Полностью оформленную ВКР, содержащую стандартный титульный лист, подписанный выпускником, руководителем и с визой зав. кафедрой о допуске работы к защите (приложение № 4); оглавление и текст работы; список использованной литературы; приложения; последний лист с подписью выпускника, который размещается после всей работы (приложение № 2).

2. Отзыв руководителя (приложение № 3).

3. Справку «Антиплагиат-вуз» (оригинальность текста – не менее 60%).

Защита ВКР происходит на открытом заседании ГЭК. Задачей ГЭК является определение уровня теоретической и практической профессиональной подготовки выпускника, опираясь на сформированные в процессе обучения компетенции, а также принятие решения о возможности выдачи ему диплома о соответствующей квалификации.

Примерная тематика ВКР:

1. Восприятие цвета в наружной рекламе (на примере...)
2. Проект коммуникационной кампании для салона красоты.
3. Система коммуникаций политического лидера (на примере...).
4. Сторителлинг как коммуникационная технология в корпоративных коммуникациях (на примере...).
5. Технологии формирования бренда.
6. Система коммуникаций в индустрии фитнеса (на примере фитнес-центра...).
7. Система коммуникаций спортивного магазина (на примере...).
8. Инструменты формирования направления «лайфстайл» в глянцевого журналах и блогах.
9. Система коммуникаций дистрибьюторов на рынке медицины (на примере...).
10. Технологии создания имиджевого фильма.
11. Коммуникационная деятельность силовых ведомств (на примере...).
12. Система коммуникаций в сфере культуры (на примере...).
13. Специальные мероприятия в системе коммуникаций высших учебных заведений (на примере...).

14. Интегрированные маркетинговые коммуникации в сфере ленд-девелопмента (на примере ...).
15. Антикризисные коммуникации в сфере питания (на примере ...).
16. Проект коммуникационной кампании для хендмейд продуктов.
17. Система коммуникации в сфере муниципального управления (на материале ...).
18. Система политических коммуникаций политической партии «Справедливая Россия».
19. Международная выставочная деятельность как технология формирования имиджа туристической организации (на примере ...).
20. Стратегия продвижения Алтайского края как территории для постоянного места жительства.
21. Коммуникационная система агропромышленных предприятий (на примере ...)
22. Коммуникационная система зоопарков (на примере ...).
23. Событийный маркетинг на продовольственном рынке (на примере ...).
24. Имиджевые коммуникации города-курорта (на примере г. Белокурихи).
25. Коммуникационные технологии в сфере искусства (на примере ...)
26. Квест в системе корпоративных коммуникаций (на примере ..).
27. Социальная реклама правоохранительных органов.
28. Блог как инструмент формирования политического имиджа (на примере ...).
29. Коммуникационная деятельность отраслевых СМИ (на примере ...).
30. Коммуникации в ресторанном бизнесе (на примере ...).
31. Система коммуникаций религиозных организаций (на примере ...).
32. Система коммуникаций в индустрии безалкогольных напитков (на примере ...).
33. Инструменты формирования бренда территории (на примере ...).
34. Система коммуникаций органов исполнительной власти (на примере ...).
35. Внутрикорпоративные событийные коммуникации сетевых компаний (на примере ...)
36. Маркетинговые коммуникации в медиабизнесе.
37. Система коммуникаций на рынке дизайна интерьеров (на примере ...).
38. Гендерные стереотипы в восприятии цвета в рекламе (на примере ...).
39. Конкурентные коммуникационные стратегии компаний (на примере ...).
40. Особенности коммуникативной эффективности ВУЗов (на примере ...).
41. Система внутренних коммуникаций организаций (на примере ...).
42. Имиджевые коммуникации спортивных организаций (на примере ...).
43. Продвижение здорового образа жизни средствами PR-коммуникаций.
44. Оценка коммуникативной эффективности сайтов факультетов АлтГУ.

45. Система коммуникаций в индустрии косметических товаров (на примере ...).
46. Оценка эффективности коммуникационных стратегий в сфере благотворительности (на примере ...).
47. Особенности разработки брендированной продукции.
48. Особенности коммуникативной эффективности образовательных организаций высшего образования (на примере ...).
49. Информационный повод как инструмент управления информационным пространством.
50. Особенности использования психотехнологий в рекламной деятельности.
51. Система коммуникаций в фитнес-индустрии (на примере ...).
52. Инфографика как графический способ подачи информации (на примере ...).
53. Система коммуникаций в сфере HoReCa (на примере ...).
54. SMM-продвижение спортивных клубов (на примере ...).
55. Внутренние и внешние коммуникации в телеиндустрии.
56. Видео как инструмент корпоративных коммуникаций (на примере ТОО ...).
57. Коммуникационные инструменты в сфере программ академической мобильности (на примере ...).
58. Ребрендинг как способ повышения конкурентной способности компании.
59. Региональная специфика PR-отдела крупной российской компании.
60. Система маркетинговых коммуникаций в банковской сфере.
61. Современные технологии FASHION – маркетинга.
62. Создание и поддержание развития бренда.
63. Спонсорство как технология PR.
64. Стратегия управления деловой репутацией малого предприятия.
65. Структура регионального рекламного агентства.
66. Формирование имиджа предприятия.
67. Формы и методы работы связей с общественностью в малом бизнесе.
68. Дискурс наружной рекламы в коммуникативной системе города.
69. Игровой дискурс рекламы.
70. Институциональная реклама как инструмент продвижения компании.
71. Исследование психологии восприятия социальной категорией телевизионных рекламных роликов.
72. Кинематографические средства в наружной рекламе.
73. Креативные технологии в рекламе.
74. Механизмы соблазна в рекламных и PR-коммуникациях.
75. Мифологические аспекты воздействия рекламы на потребителя.
76. Мода как фактор формирования современного рекламного продукта.
77. Использование наружной рекламы в деятельности организации.
78. Особенности позиционирования рекламно-информационного

журнала.

79. Повтор как способ создания эффективного рекламного текста.
80. Проблемы законодательного регулирования рекламы.
81. Продакт Плейсмент — инновационная рекламная технология
82. Психология рекламного воздействия.
83. Реклама в сфере политических коммуникаций.
84. Рекламные технологии воздействия на потребителя.
85. Рекламный слоган как средство воздействия на потребителя.
86. Рекламный флэш-моб как инструмент выведения компании на рынок

услуг.

87. Сексуальный образ в рекламе.
88. Символические структуры современной рекламы.
89. Скрытая реклама в тексте журнальных публикаций.
90. Стереотипы сознания в рекламных технологиях.
91. Страх как категория PR и рекламной деятельности.
92. Технологии программирования и манипулирования в телевизионной

рекламе.

93. Феномен популярной личности в рекламе.
94. Функциональный потенциал метафоры в современной печатной

рекламе.

95. Эмоциональный компонент в рекламе.
96. Языковая игра как способ повышения рекламной коммуникации.
97. Документальное кино как средство формирования политического

мифа.

98. Интернет как механизм коммуникативного воздействия на социум.
99. Информационная политика медиахолдинга: региональный аспект.

100. Корпоративная газета как внутренний механизм регулирования репутации организации.

101. Масс-медиа как социокультурный фактор формирования постиндустриального общества.

102. Медиа-события и медиа-кризисы в информационных войнах.

103. Методы позиционирования радиостанций FM-диапазона.

104. Организации и проведения PR-кампании в сети Интернет.

105. Особенности позиционирования региональной радиостанции.

106. PR-коммуникации в сфере информационных технологий.

107. Производство новостей: влияние властной повестки дня на конструирование медиа-реальности.

108. СМИ как основной инструмент управления общественным мнением.

109. Влияние СМИ на формирование общественного мнения о НКО.

110. Интернет-технологии в деятельности НКО.

111. Формирование имиджа общественной организации.

112. Алгоритм формирования бренда в Интернете.

113. Брендинг в России: национально-культурные особенности.

114. Организация PR-отдела как метод оптимизации системы

коммуникаций.

115. Организация и проведение выставок как инструмент PR-специалиста.

116. PR-мероприятие и PR-акция как часть долгосрочной PR-кампании.

117. PR-технологии: эффективные формы межсекторного взаимодействия.

118. Приемы PR в лоббизме (на примере...).

119. Ситуативный промоушн как форма продвижения молодежного продукта.

120. Событийный маркетинг в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций.

121. Special Event как инструмент укрепления корпоративной культуры.

122. Формирование корпоративного имиджа организации (на примере...).

123. Способы оценки агрессивной рекламы в интернет-среде (на примере рекламы на сайтах интернет-СМИ).

124. Интегрированные маркетинговые коммуникации в учреждениях культуры.

125. Гендерные стереотипы в рекламе в средствах массовой информации.

126. Влияние производимой в Алтайском крае сельскохозяйственной продукции на формирование бренда региона.

127. Брендинг торговых центров (на примере...).

128. Технологии ретрансляции имиджа иностранных звезд на российский рынок.

129. Специальные мероприятия в региональном туристическом бизнесе (на примере...).

130. Способы интеграции контента зарубежных SM в российские социальные сети (на примере Instagram и Вконтакте).

131. Коммуникационные инструменты детского маркетинга (на примере...).

132. Построение брендов в сфере моды.

133. Роль рекламы в формировании корпоративного имиджа в организации (на примере...).

134. Особенности системы коммуникаций государственных органов (на примере...).

135. Визуальные коммуникации в социальных сетях.

136. Особенности создания корпоративных фильмов.

137. Особенности продвижения услуг компании в сети Интернет.

138. Политическая реклама и её использование в политических технологиях (на примере...).

139. Поддержание и коррекция имиджа политического субъекта в масс-медиа.

140. Актуальные вопросы проведения социальной рекламы в России.

141. Визуальные коммуникации в образовании (на примере...).

142. Коммуникационные инструменты нишевого бизнеса (на примере...).

143. Оценка эффективности принятия решения о приобретении услуги (на примере...).

144. Метод продвижения высокотехнологичных компаний посредством event-мероприятий.

145. Построение имиджа политического деятеля в социальных сетях (на примере...).

146. Методы интеграции рекламного сообщения на сайтах интернет-СМИ.

147. Анализ характеристик бренда (на примере бренда Алтайского края).

148. Оценка имиджа организации (на примере...).

149. Система продвижения школы искусств.

150. Система коммуникаций справочных информационных систем (на примере...).

151. Технологии, используемые в современной Интернет-рекламе (на примере...).

152. Благотворительность как инструмент PR-деятельности.

153. Event-мероприятия как инструмент PR-деятельности.

154. Интеграция PR-технологий в процессе брендинга.

155. Роль и место PR-коммуникаций в кризисных ситуациях.

156. Работа пресс-службы в организациях (на примере...).

3. Методологический аппарат ВКР

Грамотно оформленный методологический аппарат (актуальность, объект, предмет, цели, задачи и т.д.) работы является обязательным ее атрибутом. К основным элементам структуры ВКР относятся:

Актуальность

В работе должны быть четко определены тема и проблема исследования, которая отражает противоречия между определенным состоянием предмета исследования и требованиями его эффективного функционирования, а также между имеющимися теоретическими положениями в рамках исследуемой проблемы и новыми фактами. Освещение актуальности должно быть немногословным. Начинать ее описание издалека нет особой необходимости. Достаточно в пределах 1-2 абзацев показать главное – суть проблемной ситуации, из чего и будет видна актуальность темы.

Степень научной разработанности проблемы

Обзор научной литературы по теме должен показать основательное знакомство студента со специальной литературой, его умение систематизировать источники, критически их рассматривать, выделять существенное, оценивать ранее сделанное другими исследователями, определять главное в современном состоянии изученности темы.

Материалы такого обзора следует систематизировать в определенной логической связи и последовательности и потому перечень работ и их критический разбор необязательно давать только в хронологическом порядке их публикации. Поскольку выпускная квалификационная работа обычно посвящается сравнительно узкой теме, то обзор работ следует делать только по вопросам выбранной темы, а вовсе не по всей проблеме в целом. В таком

обзоре незачем также излагать все, что стало известно студенту из прочитанного, и что имеет лишь косвенное отношение к его работе. Но все сколько-нибудь ценные публикации, имеющие прямое и непосредственное отношение к теме выпускной квалификационной работы, должны быть названы.

Объект и предмет исследования

Обязательным элементом введения является формулировка объекта и предмета исследования.

Объект исследования — это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения.

Предмет исследования — это то, что находится в границах объекта. Предмет исследования является более узким понятием, чем объект, т.е. является частью, стороной, элементом объекта.

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

Цель и задачи исследования

Цель и задачи исследования вытекают из проблемы, т.е. цель исследования состоит в том, чтобы разрешить какую-то проблему. Цели исследования могут быть связаны с:

- обоснованием системы мер, направленных на решение проблемы;
- обоснованием закономерностей общего или частного характера;
- выявлением комплекса условий успешного решения некоторой задачи;
- обоснованием подходов к решению проблемы;
- отбором оптимального объема фактов, логики раскрытия содержания данного явления и т.д.

Для достижения цели исследования выделяются конкретные задачи (их не должно быть много – по количеству заявленных параграфов в главах ВКР).

Задачи исследования могут включать в себя следующее (в зависимости от характера научной проблемы):

- решение определенных теоретических вопросов, входящих в общую проблему (выявление сущности исследуемого понятия; дальнейшее совершенствование его определения; раскрытие различных точек зрения на изучение данной проблемы и др.);
- проведение анализа нормативно-правовой базы по исследуемой проблеме;
- разработка программы эмпирического исследования;
- итоги проведенного исследования, разработка методических или практических рекомендаций.

Формулировка задач обычно делается в форме перечисления (проанализировать..., описать..., рассмотреть..., охарактеризовать..., установить..., выявить..., систематизировать..., разработать... и т.п.).

Формулировки задач необходимо делать как можно более тщательно, поскольку описание их решения должно составить содержание работы.

Задачи исследования должны быть относительно соизмеримы, не следует располагать рядом крупные и частные задачи, которые являются элементом предыдущих. Формулировка задач не должна быть громоздкой.

Непременным требованием к ВКР является логическое соответствие наименования темы исследования, объекта, предмета, целей и задач исследования структуре работы. Совокупность выдвинутых задач должна отражать цель исследования, которая, в свою очередь, должна соответствовать проблеме исследования.

Методы исследования

Обязательным элементом введения бакалаврской работы является указание на методы исследования, которые служат инструментом в добывании фактического материала, являясь необходимым условием достижения поставленной в работе цели, в соответствии с учетом специфики задач, поставленных в выпускной квалификационной работе.

Выбор методов исследования при выполнении выпускной квалификационной работы не является произвольным, а определяется особенностями решаемых ими задач, спецификой содержания проблем и возможностями исследования.

В работе целесообразно выделять теоретические и эмпирические методы.

Теоретические методы – анализ (анализ литературы, документов и других источников), синтез (концептуальный синтез), моделирование, прогнозирование, исторический метод, индукция и дедукция и др.

Эмпирические методы (методы сбора и анализа эмпирических данных):

– методы сбора информации: наблюдение, анкетирование, интервью, контент-анализ и др.;

– методы анализа данных: сравнительно-сопоставительный анализ, корреляционный анализ, факторный анализ, статистические методы анализа информации и др.

Выводы по проведенному студентом исследованию должны соответствовать гипотезе и поставленным задачам. Важно показать, решена ли каждая задача и как конкретно, предложить условия, при которых возможно решение поставленных задач. Выводы по решению конкретной задачи завершают каждый параграф, обобщаются по главе, а также в целом отражаются в заключении.

4. Оформление ВКР

Общие требования. Выпускную квалификационную работу студенты набирают на компьютере через 1,5 интервала (37-38 строк на листе) на одной стороне листа (формат А 4). На каждом листе необходимо оставить поля: с

левой стороны - 30 мм; с правой - 15 мм; в верхней части - 20 мм; в нижней - 20 мм.

Страницы должны быть пронумерованы. Первой страницей считается титульный лист, цифра 1 на ней не ставится. На следующей странице (с планом работы – содержанием) ставится цифра 2, а затем 3 и т.д. Порядковый номер обычно ставится в центре внизу страницы.

ВКР должна иметь: титульный лист; содержание; текст работы (введение, основная часть, заключение); список литературы, использованной в работе; приложения (иллюстрации, таблицы, диаграммы, схемы и т.д.).

Работа должна быть сброшюрована. Объем ВКР – 60-70 печатных страниц.

Титульный лист. ВКР начинается титульным листом. В верхней части листа ставится наименование министерства, полное название образовательной организации, кафедры, по заданию которой работа выполняется: в центральной части листа - название работы; ниже, на правой стороне указываются исполнитель (фамилия и инициалы, номер группы) научный руководитель (фамилия и инициалы, академическая должность, ученая степень), место для оценки и подписи Председателя ГЭК; слева ставится отметка заведующего кафедрой о допуске к защите (указывается фамилия и инициалы, академическая должность, ученая степень); в нижней части год написания работы (приложение №4).

Содержание работы. Для успешного выполнения работы большое значение имеют узловые вопросы, последовательное освещение которых позволяет всесторонне и полно раскрыть тему. Сведение таких вопросов в систему и есть содержание работы, в котором надо выделить: введение; основная часть, которая разбивается обычно на 2 главы; каждая из них, в свою очередь, должна быть разбита, на 2 параграфа; заключение; список использованной литературы и приложения. При этом необходимо иметь в виду, что названия глав основной части не должны дублировать общее название работы.

Введение. Во введении должно быть отражено следующее:

- обоснование актуальности темы и ее значимости для науки и практики;
- степень научной разработанности (краткий анализ взглядов наиболее видных ученых на данную проблему);
- определение границ исследования (объект и предмет);
- определение основной цели работы и выделение основных задач;
- используемые методы исследования;
- оценка теоретической и практической значимости проведенного исследования;
- апробация результатов проведенного исследования (при наличии);
- основные структурные составляющие текста работы.

Объем введения – не более 10 страниц.

Основная часть. За введением следует основная часть. Целесообразно основную часть выпускной квалификационной работы делить на теоретическую и

практическую главы.

Первая глава имеет теоретико-методологический характер и обычно называется *«Теоретико-методологические основы исследования ... (далее указывается предмет выпускной квалификационной работы)»*. Во второй главе излагаются результаты эмпирической части ВКР. Ее название должно соответствовать предмету исследования, но не должно буквально повторять ни его, ни темы выпускного исследования.

Существует несколько формальных систем структурирования текста в главы и параграфы. Одна из распространенных называется десятичной системой, в ней главы обозначаются словом «Глава» с номером, применяются только арабские цифры для глав, а нумерация параграфа образуется путем приписывания к номеру главы номера параграфа, который разделяют точкой. Таким образом, цифры "1.1" и "1.2" обозначают номера параграфов главы 1. Если параграф 1.2 делится на части, то для их обозначения используется следующая нумерация: 1.2.1; 1.2.2 и т.д., тем самым по номеру раздела легко определить его место в структуре всего текста.

Параграф – это текст внутри главы, содержащий её логически важную часть. Параграфы делятся на абзацы, в которых содержится небольшая, но законченная мысль. Заголовки глав и параграфов должны быть краткими, четкими, последовательно раскрывающими содержание работы в целом. Необходимо соблюдать соответствие содержания главы и параграфа их заголовкам. В конце каждой главы, параграфа необходим логический переход к следующему. В этой связи рекомендуется заканчивать каждый параграф и главу подведением итогов, из которых бы логически следовала необходимость дальнейшего рассмотрения проблемы.

Все главы основной части должны быть соразмерны друг с другом по структурному делению и по объему. Новую главу необходимо начинать с новой страницы.

Стиль написания ВКР предполагает безличную форму изложения, т.е. местоимения «я» и «мы» не употребляются, а заменяются выражениями «можно считать», «допустим, что...» и т.д. При обсуждении научных положений того или иного автора следует применять одну и ту же форму времени настоящего или прошедшего. Следует избегать неопределенных слов и выражений, например: «что-то», «кое-что», «что-нибудь», «очевидно», «общеизвестно», «само собой разумеется», «естественно» и т.п.

Заключение. В заключении необходимо обобщить все выводы и практические рекомендации, которые были даны в работе.

Цитаты, сноски и примечания

ВКР отражает значительный объем литературы, изученный студентом при ее написании. В работе используются цитаты, которые выполняют вполне определенную функцию; связанную с первоначальным латинским звучанием этого слова – подтверждение своей мысли или довода. При цитировании особого внимания заслуживают современная научная литература и

первоисточники, вторичную литературу следует цитировать лишь в том случае, если требуется заимствовать аргументы или, наоборот, оспорить некоторые выводы авторов.

Цитируемый фрагмент заключается в кавычки. В конце цитаты ставится цифра в квадратных скобках, обозначающая порядковый номер источника по списку литературы, который расположен в конце работы. После цифры через запятую указывается страница, откуда была взята цитата. Например, [5, с. 37]. Если цитируется одна и та же книга во второй раз, то в ссылке на нее изменяется только номер страницы, например, [5, с. 41]. Нумерация сносок сплошная по всей работе.

Список литературы

Литература, используемая при выполнении ВКР, должна быть соответствующим образом описана. Используемые при выполнении работы литературные источники располагаются в списке в следующей очередности:

1. Официальные документы (законы, указы Президента, постановления правительства и т.п.) в хронологическом порядке.
2. Книги и статьи авторов в алфавитном порядке фамилий авторов или заглавий книг, если автор не указан на русском языке.
3. Иностранная литература.
4. Электронные ресурсы.

В описание книги должны входить.

- фамилия и инициалы автора (фамилия предшествует инициалам);
- полное и точное название работы;
- после косой черты данные о переводчике, если это перевод, или о редакторе, если книга написана группой авторов; данные о числе томов, если таковые имеются;
- после точки указывается название города, в котором издана книга. Название места издания приводится полностью, например: Барнаул, Москва, Санкт-Петербург и др.
- после двоеточия указывается издательство, которое выпустило книгу;
- после запятой - год издания, общее количество страниц.

Например:

Книга с одним автором: Балабанов, И.Т. Валютные операции / И.Т. Балабанов. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 144 с.

Книга с двумя авторами: Корнелиус, Х. Выиграть может каждый : как разрешать конфликты / Х. Корнелиус, Ш. Фэйр ; пер. П. Е. Патрушева. – Москва: Стрингер, 2016. – 116 с.

Книга с тремя авторами: Киселев, В.В. Анализ научного потенциала / В.В. Киселев, Т.Е. Кузнецова, Б.В. Кузнецов. – Москва: Наука, 2017. – 126 с.

Сборник: Малый бизнес: перспективы развития: сб. обзоров / отв. ред. В.С. Ажаева. – Москва: ИНИОН, 2001. – 147 с.

Многотомники: Самойлов, Д.С. Избранные произведения : в 2 т. / Д.С. Самойлов; вступ. ст. И. Шайтанова. – Москва: Худож. лит., 2013. – Т. 1-2.

Описание используемой *журнальной статьи* включает:

- фамилию и инициалы автора;
- полное и точное название статьи;
- наименование журнала (указывается после двойной косой черты);
- год издания (после запятой от наименования журнала; обозначается арабскими цифрами, слово «год» не пишется);

- номер журнала;
- страницы журнала, на которых помещена статья.

Например: Тренин, Д. Надеяться следует осторожно / Д. Тренин // Новое время. – 2016. – № 4. – С. 34 – 35.

Описание *газетной статьи* включает:

- фамилию и инициалы автора;
- полное и точное название статьи,
- наименование газеты;
- год издания;
- день и месяц издания.

Например: Антонова, С. Урок на траве: заметки из летнего лагеря скаутов / С. Антонова // Известия. – 2010. – 3 сент. – С. 3.

Количество страниц (объем) работы обозначается одной буквой "С", стоящей после цифры, если описывается книга в целом (450 с.) или перед цифрой, если описывается статья из журнала, газеты или приводится глава из книги (С. 45-83).

Примеры библиографических записей электронных ресурсов:

1. Исследовано в России [Электронный ресурс] : многопредмет. науч. журн. / Моск. физ.-тех. ин-т. – Электрон. журнал. – Долгопрудный : МФТИ, 1998. – Режим доступа к журн. : <http://zhurnal.mipt.rssi.ru>. – Загл. с экрана.

2. Петрова, И.Н. Оформление библиографических ссылок на электронные информационные ресурсы / И.Н. Петрова // Вестник АлтГУ [Электронный ресурс] / АлтГУ. – Электрон. дан. – Барнаул, 2000. – Заглавие с экрана. – Режим доступа : <http://www.lib.dsn-asu.ru>.

Подробную информацию можно найти на сайте библиотеки <http://www.lib.asu.ru/>

Приложения. Выпускная квалификационная работа сопровождается приложениями, которые следуют за списком литературы в порядке их упоминания в тексте.

В приложения обычно включают таблицы, графики, дополнительные материалы. Каждое приложение следует начинать с нового листа. В правом верхнем углу должно быть написано «Приложение» с указанием его номера. Каждое приложение должно иметь название.

Существуют определенные **правила представления табличного материала**. Цифровой материал, когда его много или, когда имеется необходимость в сопоставлении и выводе определенных закономерностей, оформляют в виде таблиц. Таблицы могут быть представлены в основном тексте выпускной квалификационной работы. Большие таблицы (занимающие более 0,5 страницы) выносят в приложения.

Таблица представляет собой такой способ подачи информации, при котором цифровой или текстовой материал группируется в колонки, отграниченные одна от другой вертикальными и горизонтальными линиями. По содержанию таблицы делятся на аналитические и неаналитические. Аналитические таблицы являются результатом обработки и анализа цифровых показателей. Как правило, после таких таблиц делается обобщение в качестве нового знания, которое вводится в текст словами: «таблица позволяет сделать вывод, что...», «из таблицы видно, что...», «таблица позволит заключить, что...» и т.п. Часто такие таблицы дают возможность выявить и сформулировать определенные закономерности. В неаналитических таблицах помещаются, как правило, необработанные статистические данные, необходимые лишь для информации или констатации.

Обычно таблица состоит из следующих элементов: порядкового номера и тематического заголовка, боковика, заголовков вертикальных граф, горизонтальных и вертикальных граф (основной части). Каждый заголовок над графой должен относиться ко всем данным в этой графе, а каждый заголовок строки в боковине – ко всем данным этой строки. Заголовок каждой графы должен быть по возможности кратким. Следует устранять повторы тематического заголовка в заголовках граф; устранять ярус с указанием единицы измерения, перенося ее в тематический заголовок; выносить в объединяющие заголовки повторяющиеся слова.

Все таблицы, если их несколько, нумеруют арабскими цифрами в пределах всего текста. Над правым верхним углом таблицы помещают надпись: «Таблица...» с указанием порядкового номера таблицы (например, «Таблица 4») без значка № перед цифрой и точки после нее. Если в тексте работы только одна таблица, то номер ей не присваивается. Таблицы снабжают тематическими заголовками, которые располагают посередине страницы и пишут с прописной буквы без точки на конце.

При переносе таблицы на следующую страницу «шапку» таблицы следует повторить и над ней поместить слова «Продолжение таблицы 4». Если «шапка» громоздкая, допускается ее не повторять. В этом случае пронумеровывают графы и повторяют их нумерацию на следующей странице. Заголовок таблицы не повторяют.

Все приводимые в таблицах данные должны быть достоверны, однородны и сопоставимы, в основе их группировки должны лежать существенные признаки.

Довольно часто студенты приводят цифровой материал в таблицах, когда его удобнее поместить в тексте. Такие таблицы производят неблагоприятное впечатление и свидетельствуют о неумении обращаться с табличным материалом. Поэтому перед тем как помещать какой-то материал в виде таблицы, следует решить, нельзя ли представить его в обычной текстовой форме. Помещать следует только те таблицы, которые трудно передать обычным текстом.

При оформлении иллюстративного материала также существуют определенные правила. Иллюстрировать выпускную квалификационную работу необходимо исходя из определенного общего замысла, который помогает избавиться от случайных иллюстраций, связанных с второстепенными деталями текста и предупредить неоправданные пропуски иллюстраций к важнейшим темам.

Все иллюстрации должны быть пронумерованы. Нумерация их обычно бывает сквозной, то есть через всю работу. Если иллюстрация в работе единственная, то она не нумеруется. В том месте, где речь идет о теме, связанной с иллюстрацией и где читателя нужно отослать к ней, помещают ссылку либо в виде заключенного в круглые скобки выражения «(рис. 3)», либо в виде оборота типа «как это видно на рисунке 3» или «как это видно из рис. 3».

Подпись под иллюстрацией оформляется следующим образом: обозначение иллюстрации сокращенным словом «Рис.» внизу по центру с указанием порядкового номера рисунка и тематического заголовка без значка № перед цифрой и точки после нее (например, «Рис. 1 *Название*»). Нумерация рисунков должна быть сквозной по всей работе.

Схема — это изображение, передающее обычно с помощью условных обозначений и без соблюдения масштаба основную идею какого-либо предмета или процесса и показывающие взаимосвязь их главных элементов.

Диаграмма — один из способов графического изображения зависимости между величинами. Диаграммы составляются для наглядного изображения и анализа данных. В соответствии с формой построения различают диаграммы плоскостные, линейные и объемные. В ВКР наибольшее распространение имеют линейные диаграммы, а из плоскостных — столбиковые (ленточные) и секторные.

Кроме геометрического образа, диаграмма должна содержать ряд вспомогательных элементов:

- общий заголовок диаграммы;
- словесные пояснения условных знаков и смысла отдельных элементов графического образа;
- оси координат, шкалу с масштабами и числовые сетки;
- числовые данные, дополняющие или уточняющие величину нанесенных показателей.

5. Защита ВКР

Рекомендации по подготовке доклада

Процедура защиты ВКР включает доклад студента по теме выпускной квалификационной работы, на который отводится до 15 минут. Студент под руководством научного руководителя разрабатывает доклад к защите. Он должен быть направлен на изложение главных проблем проведенного исследования, акцентируя внимание на узловых моментах проделанной работы.

При разработке доклада целесообразно соблюдение структурного и методологического единства материалов доклада и иллюстраций к докладу.

Тезисы доклада к защите должны содержать обязательное обращение к членам ГЭК, представление темы ВКР. Должно быть проведено обоснование актуальности выбранной темы, сформулирована основная цель исследования и перечень необходимых для ее решения задач. Следует кратко описать методику изучения проблемы, дать характеристику организации, на примере которой она выполнялась. В докладе должны найти обязательное отражение результаты проведенного анализа, включая описание структуры, функций и ключевых результатов деятельности организации. Целесообразно показать перечень «слабых мест», сформулировать основные рекомендации по проблеме и дать перечень практических мероприятий.

Необходимо излагать основное содержание ВКР свободно, с отрывом от письменного текста. Текст доклада должен быть максимально приближен к тексту ВКР, поэтому основу выступления может составить введение и заключение. В докладе должны быть использованы только те графики, диаграммы и схемы, которые приведены в ВКР. Использование при выступлении данных, не имеющих в ВКР, недопустимо.

Примерный регламент доклада на защите ВКР

№ п/п	Разделы доклада	Примерное время
1	Тема ВКР, цель работы, объект, предмет и задачи	1,0
3	Актуальность исследуемой проблемы	1,5
4	Краткая характеристика степени разработанности проблемы	1,5
5	Краткое изложение содержания ВКР	2,5
6	Основные результаты, полученные в ходе работы	6,0
7	Рекомендации по направлениям решения исследуемой проблемы и практическому использованию результатов исследования	2,5
	Общее время доклада:	15

Доклад следует начинать с обоснования актуальности темы исследования, его цели и задач, гипотез и методов исследования.

Основная часть доклада должна содержать: краткую характеристику предмета исследования, результаты проведенного анализа, выявленные проблемы, обоснованные предложения по совершенствованию исследуемой системы и направления. В заключение приводятся выводы по результатам ВКР.

Рекомендации по составлению компьютерной презентации (КП) ВКР с помощью пакета Microsoft PowerPoint

По теме ВКР подготавливается презентация (слайды) в программе PowerPoint, раскрывающая основное содержание и тему исследования.

Для презентации доклада разрабатывать не более 10-12 слайдов. В это число входят **три обязательных текстовых слайда**:

- *титальный слайд с названием темы и фамилией автора(ов) и руководителя ВКР;*
- *слайд с указанием объекта, предмета, цели, задач и гипотез;*

• *слайд по итоговым выводам по ВКР.*

Остальные слайды должны схематично раскрывать содержание ВКР, включать минимальный объем поясняющего текста и в наглядной форме представлять основные положения работы. Не допускается использование только текстовых слайдов, за исключением трех выше названных.

Состав и содержание слайдов презентации должны демонстрировать глубину проработки и понимания выбранной темы ВКР, а также навыки владения современными информационными технологиями.

Основными принципами при составлении подобной презентации являются *лаконичность, ясность, уместность, сдержанность, наглядность (подчеркивание ключевых моментов), запоминаемость (разумное использование ярких эффектов).*

При разработке оформления можно использовать дизайн шаблонов. Не следует злоупотреблять эффектами анимации. Оптимальной настройкой эффектов анимации является появление в первую очередь заголовка слайда, а затем – текста по абзацам. При этом, если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране. Динамическая анимация эффективна тогда, когда в процессе выступления происходит логическая трансформация существующей структуры в новую структуру, предлагаемую вами.

Для составления текста слайдов целесообразно в каждом разделе (главе, параграфе) работы выделить 2-3 проблемы и продумать порядок их наиболее наглядного – через таблицу, схему, график, маркированный список – представления. Следует избегать перенасыщения слайдов неструктурированным («сплошным») текстом. На слайде максимально допускается 8-10 текстовых строк. Желательно их структурировать: представить в виде маркированного списка, таблиц, блок-схем и др. Следует также избегать другой крайности: увлечения многообразием изобразительных возможностей. Выбирая варианты цветового оформления слайдов, варианты шрифтов, рисунков и др., следует помнить, что главная задача презентации – представить содержание ВКР. Дизайн слайда должен помогать такому представлению, а не становиться самоцелью.

Избираемый шрифт должен быть удобочитаемым на настенном экране. Для заголовков оптимальным является размер шрифта 44-48 пункта, для основного текста – 28-32. Для презентаций ВКР нецелесообразно использовать анимацию, поскольку она требует очень точного расчета времени доклада. Исходя из этих же соображений, целесообразна ручная, а не автоматическая смена слайдов.

При оформлении фона слайдов следует *избегать темных тонов.* Шаблон оформления слайдов желательно подбирать в соответствии с темой работы и не перегружать дополнительными элементами художественного, но мало информативного характера.

Эффективная подача презентации достигается за счет выполнения четырех общепринятых этапов:

- Планирование – определение основных моментов доклада на основе анализа аудитории.
- Подготовка – формулировка доклада, подготовка структуры и времени показа презентации.
- Практика – просмотр презентации, репетиция и получение отзывов; пробуждение интереса у аудитории и приобретение уверенности в презентации.
- Презентация – абсолютное владение данной темой, максимальное привлечение внимания аудитории и донесение до нее важности сообщения.

Магистрант должен располагать полным текстом своего доклада. Необходимо провести репетицию презентации в присутствии зрителей и слушателей, замечания которых следует учесть при подготовке окончательного варианта презентации доклада по выполненной ВКР.

Оценивается защита ВКР по 4-х балльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). При оценивании членами ГЭК принимаются во внимание:

- качество выполнения и оформления работы,
- содержательность доклада;
- четкость изложения, самостоятельное суждение, владение материалом;
- умение студента отвечать на вопросы и замечания;
- мнение научного руководителя об отношении студента к подготовке и написанию работы;
- справка «Антиплагиат-вуз».

Процесс защиты оценивается всеми присутствующими членами ГЭК.

Итоговая оценка защиты выставляется по окончании всех защит на закрытом заседании ГЭК. Результаты озвучивает председатель ГЭК.

Приложение 1

Заведующему кафедрой _____
(название кафедры)

_____ (ФИО зав. каф.)

Студента _____
(ФИО)

Направление, группа _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы:

Подпись студента: _____

« ____ » _____ 20__ г.

Приложение 2

Последний лист ВКР

Выпускная квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

«__» _____ 20__ г.

(ФИО)

(подпись)

**ОТЗЫВ
РУКОВОДИТЕЛЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

Тема квалификационной работы бакалавра _____
 Автор (студент/ка) _____
 Факультет _____
 Кафедра _____
 Направление подготовки _____
 Руководитель _____
 (ФИО, место работы, должность, ученое звание, степень)

**Оценка соответствия требованиям ФГОС ВО подготовленности автора
выпускной квалификационной работы**

Требования к профессиональной подготовке (компетенции из ФГОС ВПО)	Соответствует	В основном соответствует	Не соответствует
Уметь корректно формулировать и ставить задачи (проблемы) своей деятельности при выполнении работы, анализировать, диагностировать причины появления проблем, их актуальность			
Устанавливать приоритеты и методы решения поставленных задач (проблем)			
Владеть компьютерными методами сбора, хранения и обработки (редактирования) информации, применяемой в сфере профессиональной деятельности			
Уметь рационально планировать время выполнения работы, определять грамотную последовательность и объем операций и решений при выполнении поставленной задачи			
Уметь анализировать полученные результаты интерпретации данных			
Уметь осуществлять деятельность в кооперации с коллегами, находить компромиссы при совместной деятельности			
Уметь делать самостоятельные обоснования и достоверные выводы из проделанной работы			
Уметь пользоваться научной литературой профессиональной направленности			

Отмеченные достоинства _____

Отмеченные недостатки _____

Приложение 4

Министерство науки и высшего образования РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии
Кафедра связей с общественностью и рекламы

Тема

(выпускная квалификационная работа бакалавра)

Допустить к защите
зав. кафедрой связей с
общественностью и рекламы,
ФИО, ученая степень, звание

(подпись)
« ____ » _____ 20__ г.

Выполнил:

студент ____ курса, группы ____
ФИО студента

(подпись)
Научный руководитель
ФИО, ученая степень, звание

Выпускная квалификационная
работа защищена

« ____ » _____ 20__ г.

Оценка _____

Председатель ГЭК

(подпись)
« ____ » _____ 20__ г.

Барнаул
20__