



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»



**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ (ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ**

Наименование образовательной программы
Реклама

Специальность
42.02.01 Реклама

Социально-экономический профиль

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ
СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование
программа базовой подготовки на базе основного общего образования

Квалификация
Специалист по рекламе

Форма обучения
Очная

Москва 2022 г.

Программа ГИА разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования «Реклама» - программе подготовки специалистов среднего звена Специалистов по рекламе.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к.п.н., доцент Казакова И. С., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А., преподаватель Колледжа РГСУ Коновалова Л.И., преподаватель Колледжа РГСУ Баймурзина А.С., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы



Преподаватель
А.А.Вискунова

(подпись)

Программа ГИА обсуждена и утверждена на заседании ПЦК изобразительной деятельности и продуктивных видов деятельности, дизайна, рекламы.

Протокол № 10 от «10» мая 2022 года.

Председатель ПЦК



Суярова Е.А.

(подпись)

Программа ГИА рецензирована и рекомендована к утверждению:

Генеральный директор автономной некоммерческой организации культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королев

(подпись)

Содержание

1. Общие положения	4
1.1. Цели государственной итоговой аттестации.....	4
1.2. Перечень компетенций, которые должны быть сформированы у обучающихся в процессе подготовке к государственной итоговой аттестации	4
2. Требования к выпускной квалификационной работе	13
2.1. Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной работы.....	13
2.1.1. Требования к содержанию структурных элементов.....	13
2.1.2. Требования к оформлению.....	18
2.1.3. Подготовка ВКР к защите	22
2.2. Тематика выпускных квалификационных работ для обучающихся.....	24
2.3. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки выпускной квалификационной работы.....	32
2.4. Критерии оценки по результатам защиты выпускной квалификационной работы.....	37
4. Приложения.....	40

1. Общие положения

1.1. Цели государственной итоговой аттестации

Цель государственной итоговой аттестации: определение соответствия результатов освоения обучающимся основной образовательной программы требованиям ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональная образовательная программа **среднего профессионального образования «Реклама»**.

К государственной итоговой аттестации по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе **среднего профессионального образования «Реклама»**, 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 обучающихся образовательной программы по специальности **42.02.01 Реклама**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, учебного плана по основной профессиональная образовательная программа **среднего профессионального образования «Реклама»** включает в себя:

- защиту выпускной квалификационной работы.

На государственную итоговую аттестацию отводится 6 зачетных единиц (216 часов) в 8 семестре обучения.

1.2. Перечень компетенций, которые должны быть сформированы у обучающихся в процессе подготовке к государственной итоговой аттестации

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Знать: - социальную значимость своей будущей профессии; - типовые методы и способы выполнения профессиональных задач; - виды информационно-коммуникационных технологий;
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	

ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать собственную деятельность; - выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач; - оценивать эффективность и качество выбранных методов; - осуществлять поиск и использование информации в целях личного и профессионального развития
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<p>Владеть: -</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в коллективе; - планирования своей деятельности; - использования информационных технологий в профессиональной деятельности; - анализа наиболее эффективных и рациональных методов, применяемых в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе, эффективно общаться с руководством, коллегами и социальными партнерами.	
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	

ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.	<p>Знать: выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Уметь: осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты.</p> <p>Владеть опытом: выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.</p>
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	<p>Знать: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и</p>
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	

		<p>требований заказчиков.</p> <p>Уметь: осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.</p> <p>Владеть опытом: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.</p>
ПК.3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	<p>Знать: задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.</p> <p>Уметь: проводить исследования предпочтений целевых</p>
ПК.3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	

		<p>групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.</p>
		<p>Владеть опытом: выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p>
<p>ПК 4.1.</p> <p>ПК 4.2.</p> <p>ПК 4.3</p>	<p>Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p> <p>Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p> <p>Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>	<p>Знать: экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.</p> <p>Уметь: составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; работать с рекламой в средствах массовой информации;</p>

		<p>проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</p>
		<p>Владеть опытом: планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав.</p>

2. Требования к выпускной квалификационной работе

2.1. Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа (далее ВКР) представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. ВКР выполняются в форме бакалаврской работы.

3.1.1. Требования к содержанию структурных элементов

Структура ВКР подразумевает последовательность расположения ее основных составляющих частей и элементов, к которым относятся:

- титульный лист;
- задание на выполнение ВКР;
- содержание (план ВКР);
- введение;
- основная часть (главы, разбитые на параграфы);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при наличии).

Титульный лист является первой страницей ВКР и имеет строго определенную форму. Образец оформления титульного листа выпускной квалификационной работы приведен в приложении 2.

Задание на выполнение ВКР оформляет научный руководитель, на основе которого вместе с обучающимся составляется график подготовки и оформления выпускной квалификационной работы (приложение 3,4).

Руководители ВКР и заведующие выпускающими кафедрами должны систематически контролировать ход выполнения ВКР в соответствии с графиком.

Содержание размещают после титульного листа и задания на ВКР, начиная со следующей страницы, и продолжают на последующих листах (при необходимости).

Содержание ВКР включает в себя введение, наименование всех разделов (при необходимости – подразделов, пунктов), заключение, список использованных источников, обозначения приложений и их наименований с указанием страниц, с которых начинаются эти элементы ВКР.

Введение является обязательным элементом выпускной квалификационной работы. Во введении обосновывается выбор темы работы, ее актуальность и практическая значимость, дается анализ выбранной литературы, определяются цель, объект, предмет, формулируются задачи, раскрывается структура исследования.

Актуальность исследования определяется необходимостью, потребностью изучения выбранной проблемы в интересах научной отрасли, науки в целом и практики. Обосновывая актуальность темы работы, следует сформулировать проблему, дать краткий анализ и оценку изложенных в литературе теоретических концепций и научных положений, а также ряд важных прикладных аспектов данной проблемы. Для этого во введении нужно рассмотреть степень разработанности проблемы. Источники, указываемые в этом пункте (параграфе) обязательно разделяются и группируются (расписываются) по типам, научным направлениям (школам), объектам исследования и т.п.

Необходимо показать специфику и особенность формирования и развития изучаемых процессов, которые нуждаются в теоретическом осмыслении и практическом регулировании в современных условиях. В связи с этим выпускная квалификационная работа может рассматриваться как один из вариантов решения проблемы, тем самым, приобретая *теоретическую* и *практическую* значимость.

Формулировка *проблемы* влечет за собой выбор конкретного объекта и предмета исследования.

Объект – это процесс(ы) или явление(я) общего характера порождающие проблемную ситуацию и избранные для изучения.

Предмет – нечто конкретное, что находится в границах объекта.

Объект и предмет исследования как категории научного процесса соотносятся между собой как общее и частное. Предмет исследования - те значимые свойства, стороны, особенности объекта, которые собираются исследовать обучающийся в своей работе. Обычно предмет содержит в себе центральный вопрос исследуемой проблемы, и, как правило, находит отражение в названии выпускной квалификационной работы, по сути с ним совпадаая.

Цель исследования (или гипотеза исследования) ориентируется на его конечный результат и отражает главную установку, которая решается всей исследовательской работой.

Для реализации поставленной цели формулируются *задачи* исследования, в них ставятся вопросы, на которые должен быть получен ответ. Решению каждой задачи может быть посвящен отдельный параграф.

Объем текста введения в работе строго не регламентирован - обычно он составляет 2-5 страниц.

Основная часть ВКР должна состоять из глав, разбитых на параграфы. Оптимальное число глав – от 2-х до 3-х, число параграфов в каждой главе – не более 2-х.

Названия (заголовки) глав не должны дублировать название работы, а названия (заголовки) параграфов, в свою очередь, не должны совпадать с названиями глав (в этом случае все остальные главы и параграфы становятся излишними). Каждый из разделов имеет самостоятельное название, которое отражает содержание помещенного в них текста. Содержание глав и параграфов должно соответствовать теме дипломной работы и в совокупности полностью ее раскрывать. Изложение материала должно логически переходить из одного раздела в другой; все главы и параграфы работы должны последовательно решать поставленные во введении задачи. Поэтому названия (заголовки) глав и параграфов должны соответствовать по своей сути формулировкам этих задач. Каждая глава должна заключаться конкретными выводами - обобщениями. Их количество также примерно должно соответствовать количеству поставленных в работе задач. Все главы выпускной квалификационной работы должны заканчиваться выводами.

Первая глава выпускной квалификационной работы является, как правило, теоретико-методологическим. Здесь рассматриваются ключевые теоретические (по теме выпускной квалификационной работы) и их связь с конкретными вопросами выпускной квалификационной работы. Содержание первой главы сводится к рассмотрению сущности рассматриваемой проблемы, описанию состояния ее решения на современном этапе, кроме этого, в ней же приводятся изложенные в научной литературе теоретические концепции, научные положения и важнейшие понятия по избранной теме, а также методика проведения исследования, при этом используются работы тех авторов, которые были перечислены в пункте «Степень разработанности проблемы» во Введении.

Вторая глава выпускной квалификационной работы носит аналитический, условно-прикладной характер. Здесь приводятся результаты логических выводов, подкрепляющих и доказывающих правильность подходов автора к решению поставленных задач, раскрывается новизна.

В тексте (приложениях) могут располагаться таблицы, схемы, графики, диаграммы и т.д., иллюстрирующие или подтверждающие основные выводы и мысли автора. Как правило, вторая глава – это анализ *предмета* исследования. Если в исследовании присутствуют три главы, то они строятся по принципу последовательного плавного перехода от объекта к предмету.

Основной текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается **по ширине**.

Текст печатается в строго последовательном порядке. Не допускаются разного рода текстовые вставки и дополнения, помещаемые на отдельных страницах или на оборотной стороне листа.

Сноски и подстрочные примечания печатаются на *той странице*, к которой они относятся.

Все страницы *нумеруются, начиная с третьей страницы* (титульный лист и содержание не нумеруются, но считаются первой и второй страницами).

Каждая новая глава начинается с *новой страницы*. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Разделы (подразделы, пункты и подпункты) должны иметь *порядковые номера* и записываться с абзацного отступа.

Заголовки глав располагаются *посередине* страницы (выравнивание по центру). Расстояние между заголовком **раздела (подраздела)** и последующим **текстом** должно быть равно *двум междустрочным интервалам, то есть одной пропущенной строке*; расстояние между заголовками **раздела и подраздела** должно быть равно *одному межстрочному интервалу, то есть без пропуска* строки.

Точку в конце заголовка, располагаемого посередине строки, не ставят. Перенос слов в заголовке не допускается. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Заголовок допускается выделить жирным шрифтом.

Таблицы, рисунки, схемы, графики, фотографии как в тексте работы, так и в приложении должны быть выполнены на стандартных листах размером 210x297 мм. Подписи и пояснения к схемам, рисункам, иллюстрациям и т.п. должны быть с лицевой стороны.

Объем ВКР - введение, основной текст, заключение и список использованных источников и литературы (без приложений) составляет **в среднем 40-50 (не более 60)** машинописных страниц.

Особое внимание в исследовании должно быть уделено правильному оформлению научного (понятийного) аппарата по использованным источникам (сноски и ссылки в тексте дипломной работы).

В работе **недопустимо** дословное переписывание (копирование) содержания используемых первоисточников, допускается только их цитирование. Для этого по месту расположения относительно текста работы допускаются подстрочные библиографические ссылки. Ссылки являются обязательным элементом научного исследования, по ним судят об источниковедческой базе, ее полноте, оригинальности.

Оформление ссылок производится согласно правилам, изложенным в ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

Пример оформления ссылки:

Ссылка на *авторскую книгу*: указываются фамилия и инициалы автора (соавторов), название книги, под чьей редакцией она выходит (если известно), место издания (город, год издания, номер тома, номер страницы (пример: Аксютин Ю. В. Хрущевская «оттепель» и общественные настроения в СССР в 1953-1964 гг. / Ю.В.Аксютин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН); Фонд «Президентский центр Б.Н.Ельцина», 2010. С. 23).

Ссылка на статью в сборнике: указываются фамилия и инициалы автора (соавторов), название статьи, название сборника, под чьей редакцией он выходит, место издания (город), год издания, номер выпуска, номер страницы (пример: Алексеева М.С. Социально-культурные предпосылки преобразовательных процессов в сфере гуманитарного образования в России // Социально-гуманитарное образование в России: проблемы и перспективы. Сборник научных статей VII Годичных чтений Гуманитарного факультета РГСУ / Под ред. проф. В. М. Горшенева. Ярославль, 1979. Вып. 1. С. 57—58).

Ссылка на журнальную статью: указываются фамилия и инициалы автора (соавторов), название статьи, название журнала, год издания, номер (том, выпуск), номер страницы (пример: Сухов А. Н. Психологический феномен научной карьеры // Человеческий капитал. 2015. № 3. (75). С.25).

Ссылка на автореферат диссертации: указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место издания (город), год издания, номер страницы (пример: Саркисян М.В. Архетипические основания творчества Андрея Белого: автореферат дис. ... кандидата культурологии: М., 2003.С.20).

Если цитата приведена не по первоисточнику, указываются данные источника цитирования с уточнением («Цит. по: ...»).

Знак сноски в тексте ставится перед знаком препинания (точкой, запятой, двоеточием, точкой с запятой) (пример: «Как полагали А. И. Косарев, а также иные ученые...»).

В заключении дается последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью (гипотезой) и задачами исследования, делаются обобщенные выводы, формулируются взгляды и предложения автора по совершенствованию изучаемой проблемы. Объем текста заключения в выпускной квалификационной работе строго не регламентирован - обычно он составляет 1,5 - 3 страницы.

В списке использованных источников в обязательном порядке указываются те документы, материалы, периодическая печать, литература, которые использованы в исследовании. Не следует делать список слишком большим; недопустимо также включать в него тексты, не имеющие отношения к исследуемой проблеме.

Составление списка использованных источников и литературы – один из важнейших этапов работы над исследованием, поскольку отражает самостоятельный, творческий подход ее автора к отбору научной литературы и изучению избранной проблемы и позволяет судить о степени серьезности и обоснованности проведенного исследования.

При необходимости в библиографическом списке могут быть, например, такие разделы, как:

1. Документы государственных органов и общественных организаций;
2. Документы архивов;
3. Справочные и статистические издания;
4. Учебные и учебно-методические издания;
5. Научные монографии и статьи;
6. Диссертации и авторефераты.
7. Периодическая печать;
8. и т.п.

Список периодических и учебных изданий, литературы, диссертаций и авторефератов формируется по алфавиту фамилий авторов и заглавий книг/статей.

Число источников в библиографическом списке выпускной квалификационной работы **не может быть меньше 25-30 наименований**.

Приложения включаются только в том случае, если имеются дополнительные и вспомогательные материалы, загромождающие текст основной части ВКР и на них есть ссылки в самой работе.

В качестве приложений возможно включать следующие материалы:

- акт внедрения результатов исследования в производство или в учебный процесс;
- заявка на патент или полезную модель;
- научная статья, опубликованная или представленная к публикации;
- отчет о НИР, представленный на конкурс студенческих работ;
- макеты устройств, пакеты прикладных программ, информация о докладах на конференциях по теме ВКР и др.
- список опубликованных научных работ по теме исследования (при их наличии);
- протоколы проведенных исследований и т.д.

3.1.2. Требования к оформлению

Общие требования

Текст ВКР должен быть выполнен печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне белой бумаги формата А4 по ГОСТ 9327-60.

Цвет шрифта – чёрный, интервал – полуторный, гарнитура – Times New Roman, размер шрифта – не менее 1,8 мм. (кегель не менее 12), абзацный отступ – 1,25 см. Текст ВКР следует печатать с соблюдением следующих размеров полей: правое – 10 мм, верхнее, левое и нижнее – 20 мм. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на оп-

ределенных терминах, формулах, теоремах, применяя шрифты разной гарнитуры.

Качество напечатанного текста и оформления иллюстраций, таблиц должно удовлетворять требованию их четкого воспроизведения. В ВКР должны быть четкие линии, буквы, цифры и знаки.

Опечатки, опiski и другие неточности, обнаруженные в тексте, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской с последующим нанесением исправленного текста (графики) машинным или рукописным способом. Наклейки, повреждения листов ВКР, помарки не допускаются.

Фамилии, названия учреждений и другие имена собственные в тексте ВКР приводят на языке оригинала. Допускается транслитерировать имена собственные и приводить названия учреждений в переводе на русский язык с добавлением (при первом упоминании) оригинального названия. Имена следует писать в следующем порядке: фамилия, имя, отчество или – фамилия, инициалы через пробелы, при этом не допускается перенос инициалов отдельно от фамилии на следующую строку.

Сокращение русских слов и словосочетаний в тексте ВКР выполняется по ГОСТ 7.12-93, сокращение слов на иностранных европейских языках – по ГОСТ 7.11-2004. Не допускаются сокращения следующих слов и словосочетаний: «так как», «так называемый», «таким образом», «так что», «например». Если в ВКР принята особая система сокращения слов и наименований, то перечень принятых сокращений должен быть приведен в структурном элементе ВКР «Определения, обозначения и сокращения». В тексте ВКР, кроме общепринятых буквенных аббревиатур, допускается использовать введенные их авторами буквенные аббревиатуры, сокращённо обозначающие какие-либо понятия из соответствующих областей знания. При этом первое упоминание таких аббревиатур указывается в круглых скобках после полного наименования, в дальнейшем они употребляются в тексте без расшифровки.

Нумерация разделов, подразделов, пунктов, подпунктов

Наименования структурных элементов «СОДЕРЖАНИЕ», «ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» являются заголовками структурных элементов ВКР.

Заголовки структурных элементов ВКР пишутся в середине строки прописными буквами без точки, не подчёркиваются.

Каждый структурный элемент ВКР следует печатать с нового листа (страницы), в том числе разделы основной части.

Разделы, подразделы, пункты и подпункты следует нумеровать арабскими цифрами и записывать с абзацного отступа. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений. Пример – 1, 2, 3 и т. д.

Подразделы нумеруются в пределах раздела. Номер подраздела включает номер раздела и подраздела, разделённые точкой. Например, 1.1, 1.2, 1.3 и т.д.

Пункты должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждого подраздела. Номер пункта включает номер раздела и порядковый номер подраздела и пункта, разделённые точкой. Например, 1.1.1, 1.1.2 и т.д.

Номер подпункта включает номер раздела, подраздела, пункта и порядковый номер подпункта, разделённые точкой. Например, 1.1.1.1, 1.1.1.2 и т. д. Если раздел состоит из одного подраздела, то подраздел не нумеруется. Если подраздел состоит из одного пункта, то пункт не нумеруется. Если пункт состоит из одного подпункта, то подпункт не нумеруется. После номера раздела, подраздела, пункта и подпункта в тексте точку не ставят.

Разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов.

Заголовки разделов, подразделов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются. Заголовок подраздела не должен быть последней строкой на странице.

Перед каждым элементом перечисления следует ставить дефис. При необходимости ссылки в тексте ВКР на один из элементов перечисления вместо дефиса ставятся строчные буквы в порядке русского алфавита, начиная с буквы а (за исключением ё, з, й, о, ч, ь, ы, ь). Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа.

Например,

а) текст

1) текст

2) текст

в) текст

Нумерация страниц

Страницы ВКР следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки.

Титульный лист, задание на ВКР (при его наличии) и содержание включают в общую нумерацию страниц ВКР, номера страниц на них не проставляют.

Иллюстрации и таблицы, размещенные в тексте ВКР на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц. Иллюстрации и таблицы на листе формата А3 (297×420) учитывают как одну страницу.

Нумерация страниц ВКР и приложений, входящих в состав ВКР, должна быть сквозная.

Формулы

Формулы следует выделять из текста в отдельную строку, если они являются длинными и громоздкими, содержат знаки суммирования, произведения, дифференцирования, интегрирования.

Если формула не умещается в одну строку, то она должна быть перенесена после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умноже-

ния (x), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «х». Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки.

Если формулы являются простыми, короткими, не имеющими самостоятельного значения и не пронумерованными, то допустимо их размещение в тексте (без выделения отдельной строки).

После формулы помещают перечень всех принятых в формуле символов с расшифровкой их значений и указанием размерности (если в этом есть необходимость). Буквенные обозначения дают в той же последовательности, в которой они приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться с абзацного отступа со слова «где» без двоеточия.

Формулы нумеруются сквозной нумерацией в пределах всей ВКР арабскими цифрами. Номер формулы указывают в круглых скобках в крайнем правом положении на строке

Иллюстрации

Иллюстрации (чертежи, графики, диаграммы, схемы), помещаемые в ВКР, должны соответствовать требованиям государственных стандартов Единой системы конструкторской документации. 9.9.2 Все иллюстрации в тексте ВКР (графики, чертежи, схемы, диаграммы и др.) размещают непосредственно после первой ссылки на них (или на следующей странице) и обозначают словом «Рисунок».

На все иллюстрации должны быть даны ссылки в тексте ВКР.

Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Иллюстрации должны иметь наименование и при необходимости – пояснительные данные (подрисовочный текст). Если текст пояснительных данных приводится над номером рисунка, то допускается понижение шрифта (кегель 12). Пояснения, приводимые в тексте, выполняются обычным шрифтом (кегель 14).

После номера рисунка ставится тире, наименование пишется с прописной буквы. Слово «Рисунок» и наименование помещают после пояснительных данных и располагают посередине строки.

Иллюстрации должны выполняться на белой непрозрачной бумаге. Допускается выполнение чертежей, графиков, диаграмм, схем посредством использования компьютерной печати, в том числе и цветные. Если чертежи, схемы, диаграммы, рисунки и /или другой графический материал невозможно выполнить с помощью компьютерной техники, то используют чёрную тушь или пасту.

Фотоснимки размером меньше формата А4 должны быть наклеены на стандартные листы белой бумаги.

Таблицы

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Таблицу слева, справа и снизу ограничивают линиями. Разде-

лять заголовки и подзаголовки боковика и граф пунктирными и диагональными линиями не допускается.

Название таблицы, при его наличии, должно отражать её содержание, быть точным, кратким. Его следует помещать над таблицей слева, в одну строку с её номером через тире: «Таблица 1 – Наименование», при этом точку после номера таблицы и наименования не ставят. Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу слово «Таблица», её номер и наименование указывают один раз слева над первой частью таблицы, а над другой частью пишут слова «Продолжение таблицы 1». При переносе таблицы на другой лист название таблицы не повторяют и нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую первую часть таблицы, не проводят.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой в пределах одной страницы. Если строки и графы таблицы выходят за формат страницы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяется головка, во втором случае – боковик. При делении таблицы на части допускается её головку или боковик заменять соответственно номером граф и строк. При этом нумеруют арабскими цифрами графы и (или) строки первой части таблицы.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц.

На все таблицы в тексте ВКР должны быть ссылки.

Допускается применять в таблице размер шрифта меньший, чем в тексте (кегель 12). Горизонтальные и вертикальные линии, разграничивающие строки таблицы, допускается не проводить, если их отсутствие не затрудняет пользование таблицей.

Все графы таблицы должны иметь заголовки. Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Заголовки и подзаголовки граф указывают в единственном числе. Заголовок каждой графы должен располагаться непосредственно над ней. Обозначения, приведенные в заголовках граф таблицы, должны быть пояснены в тексте или графическом материале.

Каждая таблица должна иметь порядковый номер в пределах всей ВКР.

3.1.3. Подготовка ВКР к защите

За месяц до защиты может быть назначена предзащита ВКР. В комиссию по предзащите входят все сотрудники, осуществляющие научное руководство ВКР. Для устранения полученных замечаний комиссия назначает обучающемуся сроки, несоблюдение которых может являться основанием для недопуска ВКР к повторной предзащите (или защите) как несоответствующей установленным требованиям. Перед предзащитой ВКР подлежит размещению в электронно-библиотечной системе Университета и проверке на объем заимствований. Порядок размещения ВКР размещению в электронно-библиотечной системе Университета, проверки на объем заимствования, в

том числе содержательного и выявления неправомерных заимствований. После успешного прохождения предзащиты, обучающийся, допущенный к защите ВКР, обязан за две недели до защиты ВКР сдать на выпускающую кафедру готовую ВКР с отзывом научного руководителя в печатном виде (приложение 5), а также на электронном носителе.

Требования к переплету ВКР:

- жесткий переплет,
- перед титульным листом ВКР вшивается файл (для хранения отзыва, рецензии),
- цвет обложки устанавливается факультетом,
- по желанию обучающегося на обложке может быть указана надпись: «Выпускная квалификационная работа».

По завершению выпускные квалификационные работы специалистов, магистров подлежат рецензированию. Рецензирование работ осуществляется, как правило, руководителем (заместителем руководителя) организации (соответствующего структурного подразделения) по месту сбора материалов (прохождения преддипломной практики). Пример оформления рецензии представлен в приложении 6. Рецензентами могут быть, как правило, преподаватели других кафедр соответствующего профиля Университета или иной образовательной организации, сотрудники НИИ, практические работники различных учреждений соответствующего профиля деятельности, имеющие большой опыт работы. Не менее 20% ВКР должны быть переданы на рецензирование практическими работниками различных предприятий, организаций и учреждений – представителей работодателей.

Заведующий кафедрой рассматривает завершенную работу и при положительном решении заведующий кафедрой подписывает представленную работу, тем самым допуская ее к защите.

3.2. Тематика выпускных квалификационных работ для обучающихся

1. Product Placement как вид маркетинговых коммуникаций
2. Актуальные вопросы повышения эффективности медиапланирования для _____ (бренда, предприятия)
3. Актуальные вопросы проведения социальной рекламы в России
4. Актуальные вопросы эффективного использования зарубежного опыта организации рекламной деятельности
5. Бюджет расходов на рекламные мероприятия и эффективность от их проведения (на примере предприятия, организации, фирмы, банка);
6. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства при формировании комплекса продвижения
7. Влияние современных технологий на развитие международного рынка телевидения и рекламы
8. Выбор средств рекламы в сети Интернет и оценка их эффективности для ... предприятия(на примере предприятия);

9. Долгосрочное стимулирование сбыта как инструмент повышения лояльности потребителей услуг
10. Интеграция рекламных и PR-технологий при продвижении торговой марки.
11. Интернет как носитель имиджевой рекламы
12. Использование мифотехнологий при формировании имиджа политических партий
13. Комплекс маркетинговых коммуникаций в системе продвижения бренда
14. Медиапланирование в наружной рекламе и адаптация зарубежного опыта медиапоказателей
15. Методы организации и эффективность персональных (личных) продаж)
16. Моделирование бренд-имиджа и репутационной составляющей международной или российской компании (на примере организации, фирмы).
17. Моделирование восприятия потребителей при разработке рекламного сообщения
18. Национально-культурная специфика рекламного сообщения
19. Национальные особенности восприятия рекламы
20. Новые рекламные носители и возможности их использования
21. Обоснование и выбор рекламной политики предприятия
22. Обоснование необходимости создания отдела рекламы и его организация на предприятии
23. Обоснование, выбор форм и методов стимулирования продаж (сбыта).
24. Оптимизация показателей медиапланирования в рекламной кампании
25. Организация взаимодействия предприятия и рекламного агентства
26. Организация выставочной деятельности и оценка её эффективности
27. Организация и анализ форм продвижения продукции посредством Интернет.
28. Основные проблемы и тенденции рекламного рынка России
29. Особенности коммуникативных технологий в деятельности органов государственной власти
30. Особенности маркетинговых исследований в рекламе
31. Особенности маркетинговых коммуникаций на рынке В-to-В.
32. Особенности продвижения различных компаний (на выбор) на рынке
33. Особенности продвижения услуг компании в сети Интернет
34. Особенности рекламной деятельности на международном рынке
35. Особенности рекламной деятельности на рынке ... услуг и ее совершенствование (на примере предприятия);

36. Особенности рекламы товаров и услуг для молодежной аудитории
37. Особенности рекламы товаров и услуг для пожилых людей
38. Особенности формирования и PR-сопровождения имиджа исполнителя в шоу-бизнесе
39. Особенности эмоционального воздействия рекламы на поведение покупателей
40. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы
41. Перспективы развития российского рынка рекламы
42. Печатное издание (название газеты, журнала) по рекламе о ... и его место на рынке рекламных услуг (на примере издания);
43. Планирование (организация) рекламной кампании в местах продажи
44. Повышение эффективности взаимодействий рекламного агентства и его клиентов на примере _____ (название)
45. Повышение эффективности рекламной кампании за счет улучшения вербальных, визуальных средств воздействия в рекламных сообщениях (на примере).
46. Поддержание и коррекция имиджа политического субъекта в масс-медиа
47. Политическая реклама и её использование в политических технологиях (на конкретном примере);
48. Приоритетные средства распространения рекламы при разработке плана рекламной кампании в условиях ограниченного бюджета
49. Проблемы адаптации международной рекламы на российском рынке
50. Проблемы и сложности разработки плана рекламной кампании (на примере конкретного товара или организации)
51. Проблемы креатива в планировании рекламных кампаний рекламными агентствами
52. Проведение маркетинговых исследований для совершенствования рекламной деятельности компании (на примере предприятия, организации);
53. Программная избирательная кампания как средство эффективного взаимодействия кандидата и электората
54. Проект мероприятий и оценка эффективности по продвижению нового товара (услуги) предприятия (на примере предприятия);
55. Проект мероприятий и оценка эффективности по совершенствованию выставочной деятельности предприятия (на примере организации, фирмы);
56. Пути совершенствования деятельности предприятия, работающего на рынке печатных рекламных изданий (на примере конкретного издания, предприятия);

57. Развитие концепции медиапланирования в России в современных условиях
58. Развитие российского рекламного рынка
59. Разработка (планирование) PR-кампании
60. Разработка и интеграция ATL - и BTL - коммуникаций торговой марки.
61. Разработка и проведение рекламной кампании в Интернет для _____ (бренда, предприятия)
62. Разработка и реализация комплексной программы по связям с общественность для _____ (бренда, предприятия)
63. Разработка и экономическая эффективность медиа-плана организации (на конкретном примере);
64. Разработка креативной рекламной стратегии торговой марки (на примере)
65. Разработка новых брендов и их внедрение на высоко конкурентном рынке.
66. Разработка программ лояльности.
67. Разработка программ партнёрских отношений.
68. Разработка программ продвижения.
69. Разработка программы лояльности (на примере)
70. Разработка программы продвижения для _____ (бренда, предприятия)
71. Разработка рекламной компании нового журнала и оценка ее эффективности (на примере);
72. Разработка стратегии продвижения нового товара
73. Ребрендинг в рекламной политике предприятия (на примере организации, фирмы, банка);
74. Реклама в интегрированных маркетинговых коммуникациях
75. Реклама как фактор формирования социальных установок
76. Роль корпоративных коммуникаций в процессе формирования корпоративной идентичности
77. Роль лидера мнения в формировании внутренних коммуникаций в организации
78. Роль рекламы в повышении эффективности коммуникативной политики предприятия
79. Роль рекламы в создании торговых марок (брендов)
80. Российский и зарубежный опыт продвижения бренда лидирующих компаний на рынке производства ...
81. Рынок наружной рекламы перспективы его развития (на примере региона, города);
82. Рынок рекламных печатных изданий и перспективы его развития (на примере региона, города);
83. Совершенствование выставочной деятельности в рамках рекламной активности _____ (бренда, предприятия)

84. Совершенствование деятельности отдела рекламы на предприятии (организации, банка, фирмы);
85. Совершенствование организации рекламной кампании на основе поисковых систем в Интернете (на примере предприятия);
86. Совершенствование рекламного менеджмента на ... предприятии (на примере предприятия);
87. Совершенствование рекламной деятельности по продвижению бренда ... (на примере);
88. Совершенствование рекламной стратегии фирмы на рынке недвижимости (на примере предприятия, организации);
89. Совершенствование рекламной стратегии фирмы на рынке производства ... (на примере предприятия, организации);
90. Совершенствование управления рекламным бизнесом в агентствах, консалтинговых компаниях (на конкретном примере);
91. Совершенствование форм и методов государственного регулирования и саморегулирования российского рынка рекламы
92. Совершенствование элементов мерчандайзинга производителя
93. Совершенствование элементов фирменного стиля (на примере)
94. Современное состояние рынка внутренней рекламы перспективы его развития;
95. Современные методы оценки эффективности рекламы
96. Современные подходы формирования корпоративной культуры в различных отраслях (на выбор)
97. Современные тенденции в развитии международного рекламного рынка (на примере)
98. Сопровождение и продвижение Интернет-представительства коммерческой организации
99. Социальная ответственность как основа формирования положительной репутации коммерческой организации
100. Социо культурные особенности поведения потребителей услуг как ключевой фактор формирования имиджевой стратегии организации
101. Специфика осуществления рекламной деятельности для сектора В2В
102. Специфика позиционирования и продвижения региональных (или национальных) телекомпаний
103. Специфика разработки плана рекламной компании для рекламного агентства
104. Специфика социальной рекламы, разработка и проведение социальной кампании рекламными средствами;
105. Специфика управления деловой репутацией бизнес-организации в современных российских условиях
106. Стратегия взаимодействия с органами государственного управления как элемент коммуникационной политики _____ (бренда, предприятия).
107. Стратегия и тактика формирования УТП в политической рекламе

108. Стратегия создания собственного рекламного агентства для _____ (бренда, предприятия)
109. Творческая стратегия как основа рекламной компании
110. Телевидение и аудитория: формы коммуникативного взаимодействия
111. Укрепление конкурентоспособности организации средствами PR
112. Управление (совершенствование) деятельностью рекламного агентства _____ (название)
113. Управление связями с инвесторами и их влияние на эффективность коммуникационной политики _____ (бренда, предприятия)
114. Firmenный стиль как средство идентификации в ситуации конкурентного противостояния
115. Формирование бренда производителя (розничного торговца)
116. Формирование и реализация коммуникационной политики для _____ (бренда, предприятия)
117. Формирование имиджа компании PR-средствами (на примере предприятия, фирмы);
118. Формирование устойчивого позитивного образа политической власти
119. Этнические стереотипы в политической коммуникации

3.3. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки выпускной квалификационной работы

Основные источники:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>

5.2. Дополнительные источники.

1. Барышникова, Н. А. Экономика организации : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Барышникова, Т. А. Матуш, М. Г. Миронов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 184 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12885-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488560>

2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под

общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

3. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 155 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13345-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496365>

4. Колошкина, И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для вузов / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12341-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490997>

5. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489986>

6. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>

7. Рамендик, Д. М. Психология делового общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

8. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497532>

9. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495332>

10. Управление проектами : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издатель-

ство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489629>

11. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11512-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495931>

12. Шарапова, Т. В. Основы менеджмента : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. В. Шарапова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01621-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492399>

3. Критерии оценки по результатам защиты выпускной квалификационной работы

При определении оценки, полученной по результатам защиты ВКР, необходимо исходить из следующих критериев:

- актуальность, полнота раскрытия темы, научный аппарат ВКР, обоснованность выводов и рекомендаций, отражение в работе прохождения обучающимся практик,
- соответствие работы профилю направления подготовки, специальности. Установленным методическим требованиям к оформлению работы,
- доклад обучающегося (в т.ч. наличие презентационного и раздаточного материала и т.д.) и аргументированность ответа на вопросы членов ГК и замечания рецензента,
- отзыв научного руководителя и оценка работы рецензентом и другие требования, предъявляемые программой ГИА.

Оценка «отлично»:

- доклад структурирован, раскрывает причины выбора темы и ее актуальность, цель, задачи, предмет, объект исследования, логику получения каждого вывода; в заключительной части доклада показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, освещены вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии со стандартом;
- представленный демонстрационный материал высокого качества в части оформления и полностью соответствует содержанию ВКР и доклада;
- ответы на вопросы членов ГЭК показывают глубокое знание исследуемой проблемы, подкрепляются ссылками на соответствующие литературные источники, выводами и расчетами из ВКР, демонстрируют самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом;

- выводы в отзыве руководителя и в рецензии на ВКР не содержат замечаний;

- результат оценки уровня сформированности компетенций (в соответствии с оценочными листами руководителя, рецензента, членов ГЭК) составляет от 90 до 100 баллов.

Оценка «хорошо»:

- доклад структурирован, допускаются одна-две неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, цели, задач, предмета, объекта исследования, но эти неточности устраняются при ответах на дополнительные уточняющие вопросы.

- ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии со стандартом.

- представленный демонстрационный материал хорошего качества в части оформления и полностью соответствует содержанию ВКР и доклада;

- ответы на вопросы членов ГЭК показывают хорошее владение материалом, подкрепляются выводами и расчетами из ВКР, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом;

- выводы в отзыве руководителя и в рецензии на ВКР без замечаний или содержат незначительные замечания, которые не влияют на полноту раскрытия темы;

- результат оценки уровня сформированности компетенций (в соответствии с оценочными листами руководителя, рецензента, членов ГЭК) составляет от 76 до 89 баллов.

Оценка «удовлетворительно»:

- доклад структурирован, допускаются неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, цели, задач, предмета, объекта исследования, но эти неточности устраняются в ответах на дополнительные вопросы;

- ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, но не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям;

- представленный демонстрационный материал удовлетворительного качества в части оформления и в целом соответствует содержанию ВКР и доклада;

- ответы на вопросы членов ГЭК носят не достаточно полный и аргументированный характер, не раскрывают до конца сущности вопроса, слабо подкрепляются выводами и расчетами из ВКР, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом.

выводы в отзыве руководителя и в рецензии на ВКР содержат замечания, указывают на недостатки, которые не позволили студенту в полной мере раскрыть тему;

- результат оценки уровня сформированности компетенций (в соответствии с оценочными листами руководителя, рецензента, членов ГЭК) составляет от 61 до 75 баллов.

Оценка «неудовлетворительно»:

- доклад не достаточно структурирован, допускаются существенные неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, цели, задач,

предмета, объекта исследования, эти неточности не устраняются в ответах на дополнительные вопросы;

- ВКР не отвечает предъявляемым требованиям;

- представленный демонстрационный материал низкого качества в части оформления и не соответствует содержанию ВКР и доклада;

- ответы на вопросы членов ГЭК носят неполный характер, не раскрывают сущности вопроса, не подкрепляются выводами и расчетами из ВКР, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом.

- выводы в отзыве руководителя и в рецензии на ВКР содержат существенные замечания, указывают на недостатки, которые не позволили студенту раскрыть тему.

- результат оценки уровня сформированности компетенций (в соответствии с оценочными листами руководителя, рецензента, членов ГЭК) составляет от 0 до 60 баллов.

**Заявление на закрепление темы выпускной квалификационной работы
и научного руководителя**

Директору колледжа

студента _ курса
факультета (указать наименование)
очного (заочного) отделения
группы (указать наименование)
ФИО (полностью)
Место жительства:
Телефон:

заявление.

Прошу Вас утвердить мне тему выпускной квалификационной работы

В качестве научного руководителя прошу назначить

(указать ученую степень, звание, инициалы, фамилию).

Предполагаемое место прохождения преддипломной практики:

(указать наименование и адрес).

Студент _____ ФИО

Дата «__» _____ 20__ г.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ВКР

(указать наименование,
ученую степень, звание)

_____ ФИО

Председатель ПЦК

(указать наименование ПЦК,
ученую степень, звание)

_____ ФИО



**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»**

Колледж.....

специальность – ШИ.ФР.НП Название направления подготовки

Квалификация (степень): Наименование квалификации

Выпускная квалификационная работа

Тема: _____

Обучающийся _____ **ФИО**
подпись

Дата _____

Научный руководитель _____
подпись (ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

Консультант _____
подпись (ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

Рецензент _____
подпись (ученая степень, ученое звание, фамилия, инициалы)

ВКР допущена к защите «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой,
ученая степень, ученое звание _____ **ФИО**
подпись

Москва, 20__

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
«УТВЕРЖДАЮ»
Руководитель выпускной квалификационной работы**

_____ (фамилия, имя, отчество, подпись)

«__» _____ 20__ г.

ГРАФИК

подготовки и оформления выпускной квалификационной работы
на тему _____
студента колледжа _____ группы

_____ (фамилия, имя, отчество)

№	Выполняемые работы и мероприятия	Сроки выполнения	Отметки о выполнении
1.	Выбор темы и согласование ее с руководителем, написание заявления	До «__» _____ 20__ г.	
2.	Получение задания. Подбор литературы, ее изучение и обработка. Составление библиографии.	До «__» _____ 20__ г.	
3.	Составление плана работы и согласование его с руководителем.	До «__» _____ 20__ г.	
4.	Накопление, систематизация и анализ теоретического материала.	До «__» _____ 20__ г.	
5.	Написание и представление на проверку первой главы.	До «__» _____ 20__ г.	
6.	Разработка и представление второй главы.	До «__» _____ 20__ г.	
7.	Согласование с руководителем выводов и предложений. Переработка (доработка) работы в соответствии с замечаниями.	До «__» _____ 20__ г.	
8.	Регистрация завершённой работы в деканате.	До «__» _____ 20__ г.	
9.	Разработка тезисов доклада на защиту и презентации. Предзащита.	До «__» _____ 20__ г.	
10.	Защита	До «__» _____ 20__ г.	

Студент _____
(подпись)

Дата «__» _____ 20__ г.

**Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования**

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж.....

Отзыв руководителя
на выпускную квалификационную работу
Выпускная квалификационная работа выполнена

Обучающимся

Факультет _____

Кафедра _____ Группа ____

Направление (специальность) _____

Руководитель _____

Оценка соответствия результатов освоения обучающимся основной образовательной программы требованиям ФГОС

№ п/п	Требования ФГОС	Оценка		
		соответствует	в основном соответствует	не соответствует
1.	Умение решать задачи, соответствующие квалификационной характеристике			
2.	Уровень практической и теоретической подготовленности выпускника			
3.	Владение профессиональными технологиями			
4.	Умение разрабатывать новые подходы к решению профессиональных проблем			
5.	Обоснование эффективности представленных результатов			
6. ¹				

¹ Требования к оценке соответствия результатов освоения обучающимся основной образовательной программы требованиям ФГОС могут быть дополнены по решению выпускающей кафедры.

**Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования**

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж.....

Рецензия

на выпускную квалификационную работу

обучающийся _____

Выпускная квалификационная работа выполнена

Обучающимся

Группа _____

Направление/специальность _____

Тема выпускной квалификационной работы

1. Актуальность и целесообразность выбранной темы

2. Соответствие содержания дипломной работы поставленной цели и задачам

3. Главные достоинства работы

4. Практическое значение работы и научная обоснованность полученных результатов

5. Соответствие оформления работы требованиям

6. Недостатки и замечания по работе

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

№	Требования к уровню профессиональной подготовленности выпускника	Оценка		
		Соответствует	В основном соответствует	Не соответствует
1	Актуальность темы работы			
2	Полнота обзора состояния вопроса			
3	Корректность постановки задачи			
4	Корректность использования методов и моделей			
5	Степень комплектности работы, использование в ней знаний различных дисциплин			
6	Четкость, последовательность и язык изложения материала			
7	Использование в работе современных компьютерных технологий			
8	Качество оформления материала и результатов работы			
9	Оригинальность и новизна полученных результатов			
1	Практическая значимость работы			

Общее заключение по работе _____

Рецензент

_____ (ученая степень, звание, должность, место работы)

«__» _____ 20__ г.

5.ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением ПЦК лингвистических дисциплин на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (среднее профессиональное образование) , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.	Протокол заседания ПЦК №11 от 11.05.2022 года	01.09.2022