**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

Высшего профессионального образования

**«Краснодарский государственный университет культуры и искусств»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра рекламы

**ИТОГОВАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

**ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ**

**РАБОТЫ БАКАЛАВРА (БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ)**

Краснодар 2015

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Итоговая государственная аттестация завершает освоение Основной

образовательной программы по программе бакалавриата 031600.62 –

«Реклама и связи с общественностью».

Целью итоговой государственной аттестации является установление

уровня подготовки выпускника Краснодарского государственного института культуры (КГИК) к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО).

Цель Методических указаний – помочь студентам выполнить выпускную квалификационную работу (далее в тексте – ВКР) и подготовить

ее к защите на Государственной аттестационной комиссии.

Методические указания определяют порядок выбора студентом темы

работы и ее утверждения, общие требования, предъявляемые к ней, освещают последовательность подготовки, структуру и содержание работы,

а также требования к научно-справочному аппарату.

Методические указания разработаны в соответствии с Положением об

итоговой государственной аттестации выпускников.

В Методических указаниях закреплена система оказания помощи и

контроля работы студентов на всех этапах подготовки ВКР со стороны научных руководителей, а также определен порядок рецензирования и защиты квалификационной работы.

**1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Выпускная квалификационная работа (ВКР) бакалавра является учебно-квалификационной работой, которая должна соответствовать уровню освоения компетенций, характеризующих подготовленность к выполнению определенного вида профессиональной деятельности согласно ФГОС ВПО.

Бакалаврские работы могут основываться на обобщении выполненных

курсовых работ и проектов и содержать материалы, собранные выпускником

в период производственной практики.

ВКР выполняется на 4-ом году обучения (8-й академический семестр). Затраты времени на подготовку выпускной работы бакалавра определяются учебным планом и графиком учебного процесса образовательной программы.

Основные задачи бакалаврской работы:

- демонстрация уровня овладения методиками исследования, при решении поставленных в работе задач;

- приобретение навыков самостоятельного поиска информации и изучения ситуации в целях выявления конкретных проблем;

- систематизация, анализ и обработка имеющегося материала;

- демонстрация полученных в процессе обучения умения и навыков в создании и презентации творческих проектов.

Бакалаврская работа должна свидетельствовать об умении студента:

- четко формулировать тему и оценивать степень ее актуальности;

- обосновывать выбранные методы решения поставленных задач;

- самостоятельно работать с источниками, литературой и другими информационно-справочными материалами;

- отбирать нужные факты, цифровые данные и другие сведения, анализировать и интерпретировать их, а также представлять их в графической или иной иллюстративной форме;

- умение создавать и представлять творческие проекты в графической, мультимедийной или текстовой формах;

- делать обоснованные выводы, формулировать научные результаты работы, давать практические рекомендации;

- излагать свои мысли грамотно, литературным языком, правильно оформлять работу.

Бакалаврская работа может быть осуществлена по трем направлениям:

теоретическое исследование по избранной теме, научно обоснованная разработка проблемы на примере деятельности конкретной организации (организаций) или выполнение творческого проекта в графической или мультимедийной форме.

Теоретическое исследование по выбранной теме должно обладать

научной новизной, выполняться по малоизученной проблеме или по отдельному ее аспекту. При раскрытии темы необходимо применять методы

системного анализа, частные методы изучения (систематизация, анализ, сопоставление).

Бакалаврская работа, являющаяся научно обоснованной разработкой

проблемы, должна быть практически значимой для выбранной организации

или отрасли.

Творческий проект должен быть посвящен социально или коммерчески значимой проблеме и иметь практическую ценность для последующей реализации.

За все сведения, изложенные в выпускной квалификационной работе,

порядок их использования при составлении фактического материала и другой

информации, обоснованность (достоверность) выводов и защищаемых положений профессиональную, нравственную и юридическую ответственность несет непосредственно автор выпускной работы, в соответствии с действующими в Российской Федерации и в КГУКИ нормативными и/или правовыми актами.

**2. ПОДГОТОВКА БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Подготовка и написание ВКР состоит из нескольких этапов.

1. Выбор темы и ее утверждение.

2. Согласование плана, графика и сроков выполнения работы.

3. Составление библиографии, ознакомление с законодательными актами, нормативными документами, другими источниками и литературой, Интернет-ресурсами, относящимися к теме квалификационной работы.

4. Сбор материалов по теме исследования.

5. Обработка и анализ полученной информации с применением современных научных методов и информационных технологий.

6. Подготовка текста и иллюстративных материалов.

7. Формулирование выводов: научно обоснованной разработки или альтернативной интерпретации тех или иных концепций или позиций по теме

работы или практических рекомендаций.

8. Оформление работы в соответствии с установленными требованиями.

***2.1 Порядок выбора темы ВКР и ее утверждения***

Перечень тем выпускных квалификационных работ бакалавра определяется выпускающей кафедрой, утверждается на заседании кафедры не позднее, чем за 9 месяцев до защиты и ежегодно обновляется.

Тема выпускной квалификационной работы должна соответствовать

специфике основной образовательной программы.

Выпускник имеет право выбора темы выпускной квалификационной

работы из перечня тем, а также может предложить свою тему, которая затем

утверждается на заседании кафедры.

Тема выпускной квалификационной работы и научный руководитель для каждого выпускника утверждается на заседании кафедры не позднее, чем за 9 месяцев до защиты.

Закрепление за обучающимися тем бакалаврских работ, назначение

руководителей и консультантов осуществляется приказом ректора института на основании представления кафедры.

При выборе темы студент должен руководствоваться своим интересом к той или иной проблеме, ее актуальностью, научной специализацией преподавателей кафедры, рекомендациями ее профессорско-преподавательского состава, возможностью получения данных, наличием специальной литературы.

Базой исследования и сбора материалов для ВКР могут быть организации, в которых студент проходил производственную практику.

Студенты заочного отделения могут выбрать тему ВКР, связанную с их производственным профилем, если он соответствует направлению обучения.

Кафедра назначает научного руководителя из числа профессоров,

доцентов, старших преподавателей.

Выписки из протоколов заседаний кафедры, включающие списки фамилий студентов-дипломников, тем квалификационных работ и фамилий

научных руководителей по каждой работе представляются в деканат факультета социально-культурной деятельности и туризма за подписью заведующего кафедрой.

В соответствии с выпиской из протокола деканат готовит проект приказа ректора института о допуске к защите ВКР. После издания приказа выбор изменения в названии работ, замена научных руководителей допускаются в исключительных случаях после дополнительного приказа ректора института по представлению декана факультета социально-культурной деятельности и туризма.

Научные руководители обеспечивают систематический контроль за

прохождением выпускниками производственной практики и написанием ими

бакалаврских работ.

**2.2 Обязанности научного руководителя**

В целях оказания студенту теоретической и практической помощи в

период подготовки и написания бакалаврской работы кафедра назначает ему

научного руководителя из числа профессорско-преподавательского состава,

который утверждается приказом ректора университета.

Научный руководитель бакалаврской работы:

- оказывает студенту научную, методическую и практическую

помощь в процессе подготовки бакалаврской работы;

- помогает студенту в выборе и формулировке темы, а также при необходимости разъясняет отдельные положения настоящих «Методических рекомендаций»;

- ориентирует студента в направлениях поиска необходимых источников и литературы по теме, оказывает помощь в выборе методики проведения анализа исследования;

- систематически консультирует студента, контролирует «График подготовки квалификационной работы» (Приложение), оказывает необходимую помощь студенту по подготовке вступительного слова и презентации работы в ходе ее защиты на заседании Государственной аттестационной комиссии.

На этапе подготовки бакалаврской работы научный руководитель советует, как приступить к рассмотрению темы, корректирует план работы и оказывает помощь в подборе литературы, источников получения информации.

В ходе написания бакалаврской работы научный руководитель дает

рекомендации по сбору фактического материала, разработке или подбору

форм для сбора информации, методике ее обобщения, систематизации, обработки и использования в работе. На этом этапе руководитель выступает

как оппонент, указывая студенту на недостатки аргументации, композиции,

стиля и предлагает способы их устранения.

Рекомендации и замечания научного руководителя студент-дипломник

должен воспринимать критически.

После получения окончательного варианта бакалаврской работы научный руководитель является экспертом и составляет письменный отзыв.

Научный руководитель обязан в течение всего времени выполнения бакалаврской работы оказывать студенту необходимую консультационную

помощь (в соответствии с графиком выполнения работы), внимательно прочитать текст работы с целью недопущения нарушения логики изложения материала, проверки правильности ссылок и оформления представленных материалов. Подписывая бакалаврскую работу на титульном листе, научный руководитель дает гарантию, что работа написана и оформлена в соответствии с требованиями КГУКИ. Если представленная работа, по мнению руководителя, не соответствует необходимым требованиям, то он вправе не ставить свою подпись на титульном листе и не допускать работу к защите.

***2.3 Обязанности студента***

Студент должен регулярно отчитываться о полученных результатах в

сроки, установленные научным руководителем и зафиксированные в *Графике подготовки ВКР.*

Невыполнение студентом указаний научного руководителя или неявка

на консультацию без уважительных причин дают последнему основание отказаться от руководства квалификационной работой.

Студент несет полную ответственность за научную достоверность результатов проведенного им выпускного квалификационного исследования и содержание иллюстративных материалов.

Студент, не подготовивший бакалаврскую работу в срок, отчисляется из института с предоставлением права защиты в течение первых трех лет

после окончания курса обучения.

***2.4 Организация и планирование бакалаврской работы***

После утверждения темы и на основе индивидуального задания студент

при помощи научного руководителя разрабатывает подробный план содержания бакалаврской работы и график, в котором отражаются основные

этапы ее подготовки и написания.

План работы отражает специфику темы. В ходе его формирования получают свое конкретное выражение общая направленность темы, перечень

рассматриваемых вопросов, наименование разделов, уточняется список литературы, определяются объекты исследования и источники получения исходной практической информации. В процессе составления плана предопределяется теоретический уровень и практическое значение работы в целом, определяется профиль иллюстративных материалов.

План составляется по форме, согласованной с научным руководителем.

В дальнейшем он может уточняться в зависимости от хода исследования проблемы, наличия литературного и фактического материала.

В графике выполнения квалификационной работы отражаются основные этапы ее подготовки и написания (Приложение). Данный документ составляется студентом совместно с научным руководителем в двух экземплярах в течение первых недель непосредственно после получения задания на бакалаврскую работу. Один экземпляр графика остается у студента, второй передается научному руководителю. В графике указывается

срок представления бакалаврской работы на кафедру, а также сроки предоставления материалов по бакалаврской работе научному руководителю

для определения степени готовности раздела и работы в целом. Кафедра при участии студента и научного руководителя аттестует выполненный раздел ВКР и допускает студента к дальнейшему выполнению следующего раздела. Явка студента на аттестационное заседание кафедры строго обязательна. В случае отрицательного заключения по выполненной работе на студента может быть наложено дисциплинарное взыскание в соответствии с Уставом КГИК.

***2.5 Порядок работы с источниками и литературой***

Работа с источниками и литературой должна начинаться еще в процессе выбора темы. Она приобретает важнейшее значение после согласования плана бакалаврской работы.

При работе с источниками в первую очередь изучаются законы Российской Федерации, постановления Правительства РФ, законы Краснодарского края и постановления краевого правительства, другие нормативные акты, основополагающие источники, а также зарубежное законодательство, если студентом поставлена задача осветить зарубежный

опыт по выбранной проблеме.

Затем изучается научная и специальная литература по проблеме исследования, изданная в России и за рубежом. При наличии нескольких изданий по определенной проблеме целесообразно избрать более позднее издание (примерно за последние 3–5 лет до написания бакалаврской работы), отражающее окончательно сложившуюся точку зрения.

Завершающей стадией является ознакомление с официальными материалами статистики и документами предприятия или организации, на базе которой выполняется исследование, как документальной основой анализа и сопоставления данных по проблеме исследования.

При подготовке творческого проекта необходимо изучить существующие визуальные или мультимедийные источники по проблеме, разработать собственную творческую концепцию рекламного продукта или проекта по связям с общественностью.

***2.6 Сбор фактического материала***

Сбор фактического материала осуществляется, как правило, в процессе

производственной практики. Его качество, объективность выводов во многом

будет зависеть от того, насколько правильно и полно подобран и проанализирован фактический материал по теме исследования и деятельности объекта.

В работе студенту необходимо выявить и изложить основные тенденции изучаемых процессов и явлений, подкрепить их наиболее типичными примерами из практики.

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

***3.1 Основные элементы бакалаврской работы***

Основными элементами бакалаврской работы являются:

- титульный лист (Приложение );

- оглавление;

- введение;

- разделы и подразделы основной части;

- заключение;

- библиографический список;

- приложения.

В состав работы могут включаться список сокращений и глоссарий

ключевых слов.

Объем бакалаврской работы должен составлять не менее 50-60 страниц

компьютерного набора текста, напечатанного через полтора интервала шрифтом Times New Roman, кегль 14 (включая титульный лист, лист содержания, список источников и литературы). Приложения в общий объем работы не входят.

***3.2 Оглавление***

В *Оглавление* указываются введение, наименование всех глав и

параграфов, заключение, библиографический список и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы (кроме приложений). *Оглавление* помещается вслед за титульным листом. Примеры оформления *Оглавления* приведены в Приложении.

***3.3 Введение***

*Введение* должно содержать:

- обоснование актуальности научного исследования или творческого проекта (обоснование темы);

- объект и предмет исследования/ проекта;

- цель ВКР, перечень задач, выполнение которых необходимо для достижения цели, ожидаемый результат;

- методы научного поиска/ творческого решения;

- характеристику научной и практической значимости ВКР;

- обзор использованных источников и литературы, степень изученности вопроса;

- описание структуры бакалаврской работы.

Объем *Введения* составляет примерно 3-4 страницы.

***3.4 Основная часть бакалаврской работы***

Основная часть бакалаврской работы, независимо от выбранной темы

исследования или проекта, должна состоять из части, отражающей теоретические аспекты выбранной темы, и содержательной, в которой раскрываются сущность проблемы, ее актуальное состояние, обобщаются результаты исследования или творческого решения, предлагаются рекомендации и подходы к разрешению данной проблемы. В конце каждой главы должны быть сформулированы краткие выводы.

Содержание глав и параграфов основной части должно точно

соответствовать теме бакалаврской работы и полностью ее раскрывать. Оно

также должно демонстрировать способность выпускника сжато, логично и

аргументировано излагать собранный, систематизированный и проанализированный материал.

Главы основной части должны содержать:

- теоретико-методические основы изучаемой проблемы;

- выявление и анализ изучаемой проблемы;

- при выполнении творческого проекта – анализ возможных творческих подходов к решению проблемы;

- разработку рекомендаций и мероприятий или творческий проект по разрешению проблемы.

**Общие выводы по главе оформляются в точном соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению заголовков параграфов.**

Теоретико-методологические основы изучаемой проблемы предполагают описание сущности и характеристики объекта и предмета

исследования.

Анализ изучаемой проблемы предполагает:

- анализ изменения изучаемого явления за последние годы в целях выявления основных тенденций и особенностей его развития;

- исследование положительных и отрицательных сторон изучаемого явления в настоящее время;

- анализ причин, по которым необходимо дальнейшее совершенствование и развитие в области данной проблемы или создание творческого проекта по решению проблемы.

Материалы, используемые в качестве базы для обоснования и анализа,

должны быть достаточно полными и достоверными, чтобы, опираясь на них,

можно было в дальнейшем обосновать рекомендации. Следует избегать ненужных сведений, отбирая только те, которые могут быть использованы в

работе.

Характер и объем собранного материала зависит от особенностей принятой методики исследования, которая может предполагать использование таких методов, как: эмпирические (наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент), экспертные (оценочные), экспертно-аналитические,

аналитически-расчетные, нормативные, организационно-проектные и другие.

Опираясь на выводы по результатам анализа, студент должен обосновать рекомендации и мероприятия, которые необходимы для успешного развития изучаемого явления в дальнейшем или для разрешения выявленной проблемы в целом, либо в конкретной организации или отрасли или создать творческий визуальный или мультимедийный рекламный проект или текстовой проект в области связей с общественностью, снабдив его рекомендациями по выбору наиболее эффективных каналов коммуникации с потенциальной целевой аудиторией.

Разработка рекомендаций предполагает, что на основании анализа ситуации, выявления недостатков и возможностей разрешения проблемы студент формулирует аргументированные предложения.

В основной части бакалаврской работы целесообразно использование

иллюстративных или цифровых материалов. Выбор формы представления

иллюстративного материала (таблицы, диаграммы, гистограммы, рисунки, графики, схемы, фотодокументы и так далее) зависит, главным образом, от

цели и характера темы исследования. Однако следует учитывать, что любой

иллюстративный материал, помещаемый в основную часть ВКР, должен нести максимум новой полезной информации. Обязательным требованием, предъявляемым к языку написания ВКР, является безупречная грамотность. Научное редактирование предполагает проверку подбора терминов, точности логических посылок и выводов, достоверности привлекаемых источников. Литературное редактирование, в свою очередь, предполагает проверку соблюдения норм современного литературного языка. Оба вида редактирования направлены на устранение всевозможных ошибок (семантических, стилистических, грамматических) и повышение содержательности текста ВКР.

Количество глав бакалаврской работы определяется студентом-выпускником совместно с научным руководителем с учетом особенностей темы (как правило, не более двух или трех глав. Деление на более мелкие части не рекомендуется.

*Первая глава*  обычно связана с теоретическими и методологическими аспектами проблемы, ее сущностью, методами ее решения и носит обзорно-постановочный характер. Здесь приводится критический обзор литературных источников по предмету дипломной работы, отражаются общие положения теории; изложение, как правило, выстраивается от общего к частному. Здесь дается очерк основных этапов и ключевых моментов в развитии научной мысли по решаемой проблеме, определяются нерешенные вопросы, на которые следует обратить внимание в выпускной работе. В целом первая глава должна стать теоретической базой для рассмотрения основной научной проблемы, решение которой осуществляется в последующих разделах.

Вторая глава дипломной работы – аналитическая. В ней на основе анализа изучается состояние исследуемого объекта. Материалами для анализа может быть статистическая отчетность, служебная документация, ранее проведенные рекламные, маркетинговые и социологические исследования, бизнес-план предприятия и пр. Материалы, служащие базой для обоснования и анализа, должны быть достаточно полными и достоверными, чтобы, опираясь на них, можно было бы проанализировать положение дел, вскрыть резервы и наметить пути их использования, а также устранить вскрытые недостатки в работе.

В *третьей главе* (практической или проектной) предлагаются авторские варианты решения поставленной проблемы или практические рекомендации автора ВКР по развитию или совершенствованию рекламной деятельности, рекламной кампании и т. д. При структуре выпускной работы из двух глав содержание третьей главы целесообразно перенести в последний параграф второй главы. При этом важно сохранить логическую связь между главами и параграфами, последовательность раскрытия темы.

В конце каждого параграфа и главы должны быть сформулированы выводы, к которым пришел автор в ходе исследования. Они должны быть емкими, лаконичными, вытекающими из материала, помещенного в соответствующем параграфе (главе), и отражающими точку зрения студента. Оптимальный объем каждого параграфа составляет, как правило, не менее 10-12 страниц печатного текста.

Каждая структурная составляющая основной части ВКР должна быть озаглавлена. Заглавия должны отражать логику ВКР, представляющую собой последовательное движение от рассмотрения теоретико-методологических основ к решению поставленной проблемы.

По тематическому содержанию ВКР условно могут быть разделены на исследовательско-аналитические и проектно-креативные, что определяет акценты в формулировке темы и специфику структуры работы. Между тем в обоих вариантах необходимым условием является наличие теоретического обзора и проектно-творческой (либо аналитической) главы, подтверждающей степень практической подготовки автора дипломной работы.

Пример формулирования темы и построения ее содержания в работе исследовательско-аналитического характера:

Тема: *Транснациональная реклама: проблемы адаптации к российскому рынку*

Оглавление

Введение

1 Культурный и лингвистический аспекты транснациональных рекламных кампаний

1.1 Понятие и сущность этномаркетинга

1.2 Реклама в контексте этнокультурных особенностей США и России

1.3 Тенденции перевода рекламного текста: аутентичность и вольная адаптация

2 Разработка алгоритма адекватного перевода рекламного текста с английского языка на русский

2.1 Анализ переводов слоганов и текстов транснациональных рекламных кампаний

2.2 Практика переводов слоганов и текстов американской журнальной рекламы

2.3 Адекватный перевод слоганов и текстов рекламы и его оценка

Заключение

Список использованных источников

Приложение А Примеры слоганов

Приложение Б Адекватный перевод

Пример формулирования темы и построения ее содержания в работе проектно-креативного характера:

Тема: *Разработка концепции социальной рекламной кампании по пропаганде семейных ценностей*

Оглавление

Введение

1 Социальная рекламная кампания: теоретический аспект

1.1 Понятие и сущность социальной рекламной кампании

1.2 Основные этапы планирования социальной рекламной кампании

2 Социальная реклама в г. Краснодаре

2.1 Социальная реклама как направление информационной политики администрации города

2.2 Анализ концепции развития социальной рекламы в г. Краснодаре

3 Разработка концепции социальной рекламы

3.1 Планирование социальной рекламной кампании по пропаганде семейных ценностей

3.2 Технологические аспекты проектирования рекламной кампании

3.3 Оценка коммуникативной эффективности социальной рекламы

Заключение

Список использованных источников

Приложение А Анкета

Приложение Б Макет

Приложение В Ролик

***3.5. Объем и содержание практической части бакалаврской ВКР***, выполненной в форме творческого проекта, определяется тематикой, сложностью и объемом проектируемых рекламных материалов или рекламной компании (рекламного мероприятия):

1) самостоятельно разработанный фирменный стиль выполняется в объеме не менее 3 вариантов, не повторяющихся по стилю и композиции, в

комплекте с предложениями по их использованию в различных рекламных

мероприятиях или носителях рекламы в объеме не менее 4-5 примеров каждого варианта представленных в форме оригинал-макетов рекламной продукции;

2) при проведении ребрендинга ранее разработанного фирменного стиля не разрабатывается не менее 3 вариантов, не повторяющихся по стилю и композиции, в комплекте с предложениями по их использованию в различных рекламных мероприятиях и носителях рекламы в объеме не менее 4-5 примеров каждого варианта представленного в форме оригинал-макетов

рекламной продукции;

3) планирование рекламного мероприятия в рамках проводимой рекламной компании по ранее разработанному фирменному стилю (элементам фирменного стиля) сопровождается подробными экономическими расчетами (бизнес-план) затрат на проведение, планом проведения маркетинговых исследований, обосновывающих наиболее рациональному применение выбранных носителей рекламы (не менее 2-3 носителей), а так же планом (графиком) проведения самого рекламного мероприятия;

4) проведение исследований по определению коммуникативной и экономической эффективности рекламы (рекламного мероприятия или рекламной компании), по ранее разработанной и проведенной рекламной компании (рекламного мероприятия), должно включать графическое изображение (видео-отчет или презентацию) результатов проведения предварительных, промежуточных и прямых замеров эффективности рекламы по самостоятельно выполненной выборке целевой аудитории и рекомендации по дальнейшему развитию рекламной деятельности, проводимой по данному направлению;

5) планирование рекламной компании включает: сбор рекламной информации и её анализ на основании самостоятельно проведенных маркетинговых исследований, составление плана (графика) самой рекламной

кампании, сопровождаемое подробными экономическими расчетами (бизнес-планом) затрат на её проведение, медио-планом и рекомендациями по методам определения эффективности рекламной компании.

6) выполнение комплекта рекламных фотографий представляется в объеме не менее 24 фотоснимков, сопровождающихся сценарием фото-сессии и графическим изображением кадропланов, отрисованными вручную, с помощью компьютерной графики или отснятыми пробными фотоснимками (не менее 3 вариантов каждой постановки);

7) написание сценария рекламного видеоролика продолжительностью

3-5 минут включает выполнение раскадровки на весь объем видеоролика;

8) съемка рекламного видеоролика по ранее написанному сценарию и выполненной раскадровки, выполняется по самостоятельно разработанным и отрисованным вручную, с помощью компьютерной графики (отснятыми) кадропланами;

9) создание самостоятельно разработанного дизайна рекламного WEB-сайта выполняется в объемом не менее 24 страниц (кликов).

Графическая часть ДП представляет собой распечатку оригинал-макета

или видео-версию рекламного продукта, выполненную в полном объеме (не

менее 3 листов формата А4 или 24 разворотов рекламного проспекта форма-та А5) и обязательную видео-презентацию доклада.

***3.6.Структура бакалаврской ВКР в форме творческого проекта:***

ВКР в форме дипломного проекта состоит из: Пояснительной записки (объемом 40-50 страниц текста формат А4, гранитура Times New Roman, кегль 14, интервал 1,5, поля левое – 2,5, нижнее и верхнее – 2,0 и правое 1,0) включает:

1.Введение – не менее 5 страниц.

Содержит раскрытие актуальности темы ВКР, объект, предмет, цель и задачи.

2. Основной части, которая состоит из 2 разделов.

В первом разделе раскрываются история фирмы-заказчика, юридическая форма собственности, структура управления и рекламная политика фирмы или организации; или содержание проблемы (в политической, социальной рекламе), место и роль проблемы в государственной, муниципальной политике, в работе некоммерческих общественных организаций, политических партий.

Во втором разделе бакалаврской ВКР, как правило, содержатся:

1) исходные данные (бриф): назначение рекламного продукта с точки зрения характера рекламной информации, целей, задач и функционального назначения;

2) характеристика исходного материала: объем и качество предоставленного исходного и ранее выполненного рекламного материала, его рекламно-информационные особенности.

3) требования к разработке рекламного продукта: рекламно-художественное оформление должно отвечать современным требованиям

4) Перечень оборудования: персональный компьютер, операционная

система, графические программы и т.п.;

***3.*** ***Исходные данные к творческому разделу дипломного проекта:***

3.1. Объем и элементы рекламно-художественного оформления фирменного стиля и разрабатываемых рекламных материалов выполняется с учетом технологических и практических требований, предъявляемых к данному типу рекламной продукции.

3.2. Место разрабатываемого проекта в общей структуре маркетинговых коммуникаций.

3.4. Параметры технологического оборудования и программного обеспечения ВКР.

3.5. Требования к рекламным технологиям по созданию рекламной продукции: подбор аналогов и сбор информации по объекту рекламы, подготовка эскизов, создание макета рекламного продукта.

4. Требования к технико-экономическому разделу: составление сметы

затрат и расчет себестоимости выполнения рекламных работ, выявление границ, объема и особенностей целевой аудитории, затрат на размещение рекламной продукции в каналах рекламных и маркетинговых коммуникаций, прогнозируемый коммуникативный и экономический эффект воздействия рекламного продукта на целевую аудиторию из расчета стоимости одного контакта и всей рекламной кампании с учетом типа рекламной кампании – интенсивной, разнесенной, сезонной и т.п.

5.Заключение (не менее 3 страниц): в заключении приводятся основные итоги выполненной работы и содержатся предложения по внедрению разработок ВКР.

6. Список использованных источников (должен содержать не менее 40 наименований монографий, статей, электронных источников).

7. Приложения: в приложении помещаются акты о внедрении, графики, эксизы рекламных продуктов, анкеты и т.п. материалы. Объем приложений не ограничен.

Все аспекты содержания первого и второго раздела в кратком виде выполняются в форме презентации в программе Power Point, которая используется при защите бакалаврской ВКР на заседании Государственной комиссии по итоговой аттестации.

***3.5 Заключение***

В Заключении подводятся итоги проведенного исследования, в обобщенном виде излагаются выводы изучения вопросов, сформулированных в цели и задачах ВКР, намечаются перспективы дальнейшей разработки темы. В Заключении студент обоснованно излагает свои взгляды на основные вопросы, рассмотренные в работе. Заключение не должно содержать новых сведений, фактов, аргументов и т. п., а выводы должны логически вытекать из основного текста работы.

***3.6. Приложения***

В Приложения рекомендуется включать материалы, связанные с выполнением ВКР, которые по каким-либо причинам не могут быть включены в основную часть. В Приложения могут быть включены:

- материалы, дополняющие ВКР;

- тексты анкет, опросных листов, применяемых при исследовании;

- план рекламной кампании;

- иллюстрации вспомогательного характера;

- образцы выпускаемой продукции, рекламные макеты и т. д.

Приложение не носит обязательного характера. Приложения должны иметь заглавия.

**4. ОФОРМЛЕНИЕ ВКР**

***4.1 Общие положения***

Бакалаврская ВКР должна быть подготовлена в двух экземплярах и переплетена в прошитую коленкоровую обложку.

Текст ВКР должен быть отредактирован и вычитан.

Общий объем бакалаврской работы должен составлять не менее 50–60

страниц (без приложений, которые не входят в ее общий объем и постранично не нумеруются). Образцы оформления титульного листа ВКР, содержания, списка сокращений, списка использованных источников и литературы приведены в приложениях. ВКР должна быть оформлена на одной стороне листа бумаги формата А4. Текст следует печатать через 1,5 межстрочных интервала с использованием шрифта Times New Roman, кегль 14, соблюдая следующие размеры полей: левое – 25 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Абзацы в тексте следует начинать с отступа, равного 1,25 мм.

На титульном листе ставится подпись заведующего кафедрой, подтверждающая допуск ВКР к защите, а также подпись студента и подпись научного руководителя, подтверждающая готовность бакалаврской работы к защите перед государственной экзаменационной комиссией.

Разделы и подразделы должны иметь заголовки. Заголовки разделов

оформляют от поля (по центру), а подразделов – с абзаца. Расстояние между

заголовками и текстом должно быть увеличено для выделения заголовка.

Каждый раздел нужно начинать с новой страницы.

Заголовки разделов печатаются прописными буквами, а заголовки подразделов – строчными буквами. Заголовки не подчеркиваются, и в конце

заголовка точка не ставится.

Заголовки разделов и подразделов нумеруются арабскими цифрами.

**Номер параграфа состоит из номеров глав и параграфов, разделенных точкой. Например, первая глава нумеруется как «1», а ее параграфы– соответственно «1.1», «1.2», «1.3».**

**Расстояние между заголовками структурных частей и следующим за ним текстом составляет три интервала. Такое же расстояние предусматривается между предыдущим текстом и заголовком последующего подраздела.**

**Названия глав и параграфов выделяются жирным шрифтом.**

**Название главы располагается посередине строки, а параграфа – от абзаца.**

**Библиографический список печатается через 1,5**

**интервала, каждое название начинается с абзаца.**

***4.2 Нумерация страниц***

Страницы в ВКР нумеруют арабскими цифрами, используя шрифт Times New Roman, кегль 14, с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер проставляется в правом верхнем углу (выравнивание по правовому краю) без точки в конце.

***Титульный лист* работы и *Оглавление* включаются в общую нумерацию, но номер страницы на них не проставляется.(Примеры)**

Схемы, рисунки, таблицы и другой иллюстративный материал,

расположенные в тексте бакалаврской работы на отдельных листах,

включаются в общую нумерацию страниц.

***4.3 Оформление таблиц.***

Основная часть бакалаврской ВКР должна содержать различного рода иллюстративные материалы, в том числе таблицы, схемы, диаграммы, гистограммы,

рисунки).

*Таблицы*. Графы и строки таблицы должны иметь заголовки, выраженные именем существительным в именительном падеже.

Оформление таблиц должно осуществляться в соответствии с ГОСТ 1.5–92 и ГОСТ 2.105–95. Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы, при его наличии, должно отражать её содержание, быть точным, кратким. Название таблицыследует помещать **над таблицей слева, без абзацного отступа, в одну строку с её номером через тире.**

Таблицу следует располагать в тексте работы непосредственно после абзаца, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице.

**На все таблицы должны быть ссылки в работе**. При ссылке следует писать слово «Таблица» с указанием её номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер её указывают один раз справа над первой частью таблицы, например: **«Продолжение таблицы 1»**

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, то его после первого написания допускается заменять кавычками; если из двух или более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических и химических символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят прочерк.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц.

Таблицы, за исключением таблиц Приложений, следует нумеровать арабскими цифрами **сквозной нумерацией**. Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой, например: **Таблица 1.1**

Таблицы каждого Приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Если в работе одна таблица, то она должна быть обозначена **Таблица 1** или **Таблица А 1**, если она приведена в Приложении А.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, 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.*

Таблицы слева, справа и снизу, как правило, ограничивают линиями. Допускается применять в таблице размер шрифта меньше, чем в тексте (как правило, не менее 12-го кегля).

Горизонтальные и вертикальные линии, разграничивающие строки таблицы, допускается не проводить, если их отсутствие не затрудняет пользования таблицей.

Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовкам граф. Головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы.

Пример:

Таблица 1 – Объем рекламы в средствах ее распространения, млрд руб1.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сегменты | 2006 | 2007 | Прирост, % |
| Телевидение | 85,9 | 112,5 | 31 |
| Радио | 12,5 | 15,7 | 26 |
| Печатные СМИ | 44,6 | 51,9 | 16 |
| в т. ч. газеты | 9,4 | 11,6 | 23 |
| Журналы | 19,2 | 23,4 | 22 |
| рекламные издания | 16,0 | 16,9 | 6 |
| Наружная реклама | 33,1 | 40,4 | 22 |
| Интернет | 2,9 | 5,8 | 92 |

Примечание – Данные за 2006 г. скорректированы. Данные по интернет-сегменту даны без учета контекстной рекламы.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1 Российский рекламный ежегодник. 2007 / под общ. ред. В.П. Коломийца. М., 2008. С. 198.

***4.4. Оформление иллюстраций***

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. **На все иллюстрации должны быть даны ссылки в тексте ВКР.** При ссылке следует писать «Рисунок» с указанием его порядкового номера.

Чертежи, графики, диаграммы, схемы, иллюстрации, помещенные в работе, должны соответствовать требованиям государственных стандартов Единой системы конструкторской документации (ЕСКД).

Допускается выполнение чертежей, графиков, диаграмм, схем посредством использования компьютерной печати.

Фотоснимки размером меньше формата А 4 должны быть наклеены на стандартные листы белой бумаги.

Иллюстрации, за исключением иллюстраций Приложений, следует **нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.**

Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «Рисунок» и его наименование располагают *в середине (по центру) строки под рисунком*.

Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, **Рисунок 1.1** (первый рисунок в 1-м разделе).

Иллюстрации могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). В этом случае слово «Рисунок» и его наименование помещают после пояснительных данных следующим образом: **Рисунок 1 – Организационная структура предприятия**

Иллюстрации каждого Приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например, **Рисунок А 1**

При ссылках на иллюстрации в тексте следует писать **«… в соответствии с рисунком 2 …»** при сквозной нумерации, и **«… в соответствии с рисунком 1.2 …»** при нумерации в пределах раздела.

Примеры:

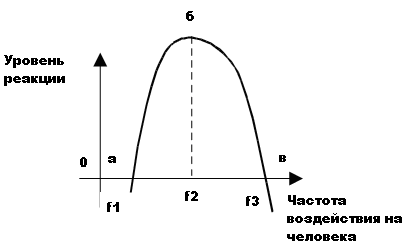


Рисунок 1 – Кривая безразличия Вундта

1 опрос 2 опрос

Рисунок 2.3 – Динамика узнаваемости рекламы в гендерных группах

Обьем реализуемого товара в период времени по модели Видаля- Вольфа предполагает исследование таких факторов, как: затраты на рекламу, реакция сбыта на подобные действия, уровень насыщенности рынка рекламируемыми товарами, норма падения объема реализации при отсутствии рекламы.

Основное уравнение модели: Ds / dt = rA (M-S/M) – Zs, (2.1) где:

dt – объем реализации товара в период t;

DS / dt – изменение объема реализации в период t;

А – затраты на рекламу в период t;

r – реакция оборота на рекламу, определяемая как объем реализации, вызванный каждым затраченным на рекламу рублем при нулевом начальном объеме сбыта;

М – уровень насыщенности рынка;

z – доля объема реализации, на которую он уменьшается за время t при условии, что объем затрат на рекламу равен нулю.

Проведем расчет по собранным материалам: S – средний объем реализации за год = 18,367 млн. руб.;

dS / dt = 10 % от S; r = 10 (руб. прироста оборота на руб. рекламы); z = 1 % – 0,01.

Общий объем продаж в данном сегменте рынка – 400 млн. руб.27 Требуется определить требуемый объем затрат на рекламу. Выводим формулы из основного уравнения 2.1:

rA = (dS /dt + zS) / (M – S / M) (2.2) A = ((dS /dt + Zs) M) / ((M-S) r) (2.3) Подставляем данные значения в формулу 2.3:

А = ((1,8367 + 0,01 х 18,367) 400) / ((10 (400 – 18,367)) = = 0,2115 млн. руб.

Согласно основному уравнению модели затраты на рекламу в месяц могут составлять 211 500 руб.

Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков сложения (+), вычитания (–),умножения (х) и деления (/). В тексте дипломной работы не следует приводить формулы и описывать методы, содержащиеся в специальной статистической литературе. Лучше сослаться на соответствующую литературу.

***4.4 Правила цитирования***

Цитата является точной, дословной выдержкой из какого-либо текста,

включенного в собственный текст. Цитаты, как правило, приводятся только

для подтверждения аргументов автора. При цитировании наибольшего внимания заслуживают научная и специальная литература и документальные

источники. Обзорную литературу следует цитировать только при необходимости (например, для того чтобы оспорить некоторые выводы авторов).

Общий подход к цитированию состоит в том, что цитаты могут быть в каждом разделе и подразделе, за исключением тех мест, в которых автор развивает свою позицию или подытоживает результаты бакалаврской ВКР

ВКР не должна быть переполнена цитатами, которые плохо связаны между собой, поэтому на одной странице текста обычно приводится не более трех цитат. Если же требуется большее количество цитат, то их лучше давать в пересказе с указанием на источник.

При цитировании чужой текст (статистические и математические данные, даты и т. п.) заключаются в кавычки и приводится в той грамматической форме, в которой дан в первоисточнике.

Если цитата воспроизводит только часть предложения цитируемого

текста, то после открывающихся кавычек ставят отточие и начинают ее со строчной буквы.

**4.5. Ссылки**

В ВКР допускаются ссылки на конкретный документ, статью, книгу, стандарты, технические условия и другие источники при условии, что они полностью и однозначно определяют соответствующие требования и не вызывают затруднений в пользовании документом.

Для оформления ссылок используется подстрочный вариант оформления. В Word 1997-2003 подстрочные ссылки выставляются автоматически в меню «Вставка» - «Ссылка» - «Сноска»; в Word 2007 – «Ссылки» - «Вставить ссылку».

Библиографический список составляется по алфавиту (в алфавитном порядке). Для построения списка используется кнопка «Сортировка текста» (по возрастанию). В подстрочных сносках в конце цитаты, предложения, приведенных чисел ставится порядковый номер ссылки над строкой, а внизу страницы – библиографическое описание источника 12-м кеглем. Буква «С» в данном случае – прописная (заглавная). Тире между элементами описпния источника не ставится.

Пример:

«Спрос – желание, конкретная потребность, подкрепленные покупательной способностью»1.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Голубков Е. П. Основы маркетинга : учеб. пособие. М., 1999. С. 7.

4.6 Список использованных источников

**Библиографический список представляет собой указатель библиографически описанных литературных и документальных письменных источников, использованных при написании дипломной работы.**

**Сведения об использованной литературе, включенной в список, должны оформляться по ГОСТу Р 7.0.5–2008.**

**Ниже приведены примеры библиографических описаний различных видов материалов.**

**1) Библиографическое описание книги**

*Одного автора*:

Матанцев А. Н. Эффективность рекламы. – М. : Финпресс, 2002. – 416 с.

*Двух авторов*:

Евстафьев В. А., Ясонов В. Н. Что, где и как рекламировать: Практические советы. – СПб. : Питер, 2005. – 432 с.

*Трех авторов*:

Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге. – СПб. : Питер, 2001. – 349 с.

*Более трех авторов (описывается под заглавием*):

Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]. 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.; Изд. дом «Вильямс», 2002. – 944 с.

*Сборник под общим названием*:

Туризм: нормативные правовые акты : сб. актов / сост. Н. И. Волошин. – М. : РМАТ, 1998. – 276 с.

**2) Библиографическое описание официальных документов**

*Конституция*:

Конституция Российской Федерации. – М. : ЮНИТИ, 1997. – 67 с.

*Закон:*

О рекламе : федер. закон от 13.03.2006 г. № 38–ФЗ // Консультант-плюс : [сайт]. URL: [http://www.consultant.ru/popular/advert](http://www.consultant.ru/popular/advert/) (дата обращения: 20.03.2010).

1. **Описание журнальных и газетных статей**

*Журналы*:

Матанцев А. Н. Сравнение различных способов определения эффективность рекламы // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2004. – № 3. – С. 24-28.

*Газета*:

Иванченко А. Курортный ренессанс // Аргументы и факты. – 2000. – 14 нояб.

**4) Описание источников сети Интернет**

Литунов С.Н. Речевое воздействие и языковое манипулирование в рекламе. URL: http://www.elitarium.ru (дата обращения: 29.04.2014).

Чередниченко З. Г. Кому доверяет потребитель? URL: http://www.advertime.ru (дата обращения: 18.02.2014).

**4.7 Приложение**

Приложение оформляют в виде самостоятельного документа. **В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки.** Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение», нумерацию Приложений обозначают прописными буквами в алфавитном порядке, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ.

Пример: **Приложение А**

Приложение должно иметь заголовок, который записывается симметрично относительно текста (по центру) с прописной буквы отдельной строкой через полуторный интервал.

Пример:

|  |
| --- |
| Приложение А  Макет бренд-бука |

В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами. Если в работе одно приложение, оно обозначается как Приложение А.

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц**.**

**4.8 Сокращения и единицы измерения**

Все слова в выпускной квалификационной работе необходимо писать полностью. Допускаются только общепринятые сокращения, например, **вуз**. Сокращения **т. п., т. д., и др., пр.** употребляются только в конце предложения.

Сокращения, употребляемые только с географическим наименованием:

г. – перед названием городов, но не в начале предложения;

обл. – при названии области, главным образом в скобках (**Ростовская обл.**).

Сокращения, употребляемые только при датах, написанных цифрами:

г. – год; гг. – годы; в. – век; вв. – века.

Сокращения, употребляемые при ссылках и сопоставлениях:

с. – страница, при цифрах (например, с. 65);

см. – смотри.

Сокращения, употребляемые только при указании сумм и количеств, написанных цифрами:

тыс. – тысяча, взамен нулей;

млн. – миллион, взамен нулей;

млрд. – миллиард, взамен нулей;

коп. – копейка;

руб. – рубль;

долл. – доллар.

Например: 7 руб. 62 коп.; 60 тыс. долл.

В качестве единиц физических величин должны применяться единицы международной системы СИ. Сокращения, употребляемые при физических величинах:

Вт – ватт (единица мощности);

га – гектар;

км2  – квадратный километр;

кг – килограмм (единица массы);

л. с. – лошадиная сила;

м – метр (единица длины);

мин – минута;

% – процент (сотая доля числа);

с – секунда.

Числа с сокращенным обозначением единиц измерения пишутся цифрами. Например, 7 л, 24 кг. После сокращения «л», «кг» и тому подобных точка не ставится. Следующие за числовым значением единицы пишутся без скобок; между последней цифрой и обозначением единицы следует оставлять пробел, например: торговая площадь 120 м2 .

Сокращения слов в библиографическом описании (например, ред., изд., учеб.), приводят в соответствии с нормами ГОСТ 7.12–93.

Сокращения названий ученых степеней и званий приведены в Приложении Е.

**4.9 Стиль изложения материала.**

**Стиль изложения материала-научный** .Стиль оь служит показателем общей культуры выпускника и степени его проникновения в суть проблемы.

Удачное изложение материала ВКР и грамотный литературный язык сами по себе являются достоинством и способны подчеркнуть ее преимущества. Невыигрышная подача текста, стилистически неграмотный язык, а тем более наличие в тексте ошибок могут испортить впечатление от самой талантли­вой и оригинальной работы.

Наиболее характерной особенностью языка письменной научной речи является формально-логическое изложение материала, то есть построение изложения в форме рассуждений и доказа­тельств. Это достигается с помощью специальных языковых средств выражения логических связей. Среди таких средств следует назвать *функциональные связки* (преимущественно вводные слова и обороты).

Например, последовательность развития мысли выражается словами «вначале», «прежде всего», «затем», «во-первых», «во-вторых», «значит», «итак» и др.; противоречивые отношения – словами «однако», «между тем», «в то время как», «тем не менее»; причинно-следственные отношения – словами «следовательно», «поэтому», «благодаря этому», «сообразно с этим», «вследствие этого», «кроме того», «к тому же»; итог выражается словами «итак», «таким образом», «значит», «что позволяет сделать вывод», «подведя итог», «следует сказать» и др.

Иногда подобные слова дополнительно несут функцию руб­рикации текста, поскольку способствуют более глубокому логи­ческому структурированию.

Научный текст отличает прагматическая направленность на конечный результат. Поэтому в ВКР словоупотребление должно быть максимально точным, лишенным специальных стилистических украшений. Такой текст не требует художественности, эпитетов и метафор, эмоциональных средств выражения, журналистских штампов и оборотов, уличного сленга.

Принципиальную роль в научном тексте играют специальные *термины,* которые необходимо употреблять в их точном значении, умело и к месту. Текст должен отвечать требованию единства терминологии, то есть терминологического единообразия. Следует избегать использования терминов-синонимов. Нельзя смешивать терминологию различных наук. Помимо единичных слов-терминов в научном тексте используются устойчивые фразеологические обороты, выступающие в роли терминов, например: «коммуникативная эффективность», «экономическое регулирование», «целевая аудитория», «маркетинговые коммуникации» и т. д.

Стиль ВКР работы — это *стиль безличного монолога,* лишенного эмоциональной и субъективной окраски. Не принято использовать местоимение первого лица единственного числа «я», точку зрения автора обычно отражают неопределенно-личные предложениями («к проблеме формирования потребительских предпочтений подходят с различных точек зрения»). Возможно также изложение авторской позиции от третьего лица («автор полагает, что...») и страдательный залог («проанализированы графические элементы логотипа и дизайна упаковки торговой марки»).

Помимо точности словоупотребления научный текст требует *ясности и краткости изложения.* Это не означает, что предложения в тексте должны быть односложными; не следует использовать слова и выражения, которые не имеют смысловой нагрузки, а также повторы, слова-паразиты, излишнюю конкретизацию.

**4.10 Демонстрационные материалы**

При использовании демонстрационных материалов общими требованиями являются хорошая читаемость (четкость, ясность, хорошая визуальная воспринимаемость изображения), аккуратность и грамотность. Содержание демонстрационных материалов должно строго соответствовать содержанию дипломной работы.

На *плакаты* (в основном применяется формат А1) выносят схемы, чертежи, таблицы, текст. На листе одного из этих форматов в случае необходимости могут располагаться несколько иллюстраций.

Плакаты размещаются последовательно в соответствии со структурой доклада. Иллюстративные материалы следует размещать насыщенно, не создавая впечатления значительного объема выполненных работ количеством представленных плакатов.

На плакатах и раздаточном материале в правом нижнем углу проставляется фамилия дипломника.

*Раздаточный материал* (экспонаты, образцы и т. д.) выпол­няется на компьютере или другим графическим способом. Количество комплектов должно соответствовать количеству членов Государственной аттестационной комиссии. Раздаточным материалом могут служить любые рекламные материалы, о которых упоминается в докладе: прайс, медиаплан, буклет, календарь и пр.

*Мультимедийный иллюстративный материал*(видеопрезентация)*,* требующий проекционной техники. Компьютерные версии разработок позволяют оперативно вносить изменения в текст на слайдах после замечаний, сделанных в ходе предварительных защит или поя­вившихся в процессе творческого самоанализа. При подготовке слайдов необходимо позаботиться о том, чтобы слушатели могли разглядеть презентационные материалы.

Необходимо помнить, что в отдельных случаях авторы увле­каются демонстрацией достижений в области программирования и забывают, что это лишь *элемент* процедуры защиты.

*Книги, статьи и другие публикации, акты о внедрении* подготовленные исследо­вателями в процессе обучения и имеющие отношение к теме ВКР.

**5. ПРОВЕДЕНИЕ ПРЕДЗАЩИТЫ И ЗАЩИТЫ БАКАЛАВРСКИХ РАБОТ**

***5.1 Порядок проведения предзащиты бакалаврской работы***

Цель предварительной защиты бакалаврской ВКР, которая организуется выпускающей кафедрой, – проверка готовности работы к защите на заседании Государственной аттестационной комиссии. Порядок предзащиты определяется кафедрой. Как правило, она проводится не позднее, чем за три недели до защиты на заседании ГАК.

На предзащиту студент обязан представить полный (но не обязательно

переплетенный) вариант бакалаврской работы и дополнительные материалы,

сопровождающие его выступление и наглядно иллюстрирующие результаты

проведенного исследования.

Если заведующий и преподаватели кафедры низко оценивают выступление студента и качество подготовленной им бакалаврской ВКР, то по согласованию с научным руководителем, присутствующим на заседании кафедры, может быть принято решение о переносе срока ее защиты на год.

**? После предварительной защиты на кафедрах декан факультета готовит**

**Представление для ректора института для издания приказа о допуске студентов к Итоговой государственной аттестации.**

После окончательной доработки выпускной бакалаврской работы с

учетом замечаний и рекомендаций, полученных студентом в ходе ее предзащиты на кафедре, научный руководитель пишет на нее отдельный отзыв по установленной форме (Приложение), в котором всесторонне характеризует проведенное выпускником исследование. В отзыве научный руководитель отмечает положительные стороны работы и обращает внимание на имеющиеся недостатки, не устраненные в ходе исследования. В заключении отзыва определяется профессиональный уровень подготовки студента и излагается мнение о допуске бакалаврской работы к защите.

Отзыв научного руководителя не должен содержать балльной оценки.

После проведения предварительной защиты бакалаврской работы и

рецензирования секретарю ГЭК за 7 дней до ее защиты должны быть представлены:

- 2 экземпляра бакалаврской ВКР в коленкоровом переплете, подписанных научным руководителем и заведующим кафедрой;

- CD-rom с электронной версией бакалаврской работы и материалами ее презентации;

- отзыв научного руководителя;

- рецензия.

***5.2 Рецензирование бакалаврской работы***

В целях получения объективной оценки бакалаврской ВКР силами

специалистов или преподавателей с ученой степенью в соответствующей области проводится ее обязательное рецензирование.

В рецензии на квалификационную работу,( образец которой приведен в Приложении ), должна быть дана оценка: актуальности темы, выбранной выпускником, степени соответствия содержания выпускной бакалаврской ВКР поставленной цели и сформулированным задачам, ее главных достоинств, научной обоснованности полученных результатов, соответствия

оформления работы требованиям настоящих Методических рекомендаций, а

также отмечены основные недостатки и замечания. Рецензент обязан давать

не только качественную, но и количественную (балльную) оценку результатов труда студента по написанию и оформлению бакалаврской работы (например: «работа заслуживает высокой положительной оценки»,

«работа заслуживает хорошей оценки», «работа заслуживает

удовлетворительной оценки»).

Если квалификационная работа представлена рецензенту менее чем за 2 недели до защиты, он вправе поставить вопрос о переносе даты ее защиты.

***5.3 Подготовка доклада и презентации бакалаврской работы***

Процедура защиты бакалаврской ВКР включает доклад студента-

выпускника, важным элементом которого является презентация проведенного им выпускного квалификационного исследования и представление его основных результатов. Презентация обеспечивает наглядность представляемых материалов, дает возможность членам ГАК оценить как научную и практическую значимость результатов выпускной квалификационной бакалаврской работы, так и способность студента-выпускника дать их компактное изложение.

Презентации должна включать:

– приветствие, которое позволяет представить квалификационную работу и назвать ее тему;

– собственно презентацию, состоящую из вступления и основной части;

– заключение.

Продолжительность доклада, сопровождающегося презентацией не должно превышать 8 минут. Если за 100 % взять продолжительность выступления, то эти составляющие должны соотноситься как 10/80/10.

Вступление должно в первую очередь давать представление об актуальности темы бакалаврской работы, объекте и предмете исследования, методах исследования.

Основная часть доклада должна содержать: краткую характеристику

объекта и предмета исследования, результаты проведенного студентом анализа, выявленные проблемы и рекомендации, примеры из практики.

В заключении приводятся выводы по результатам бакалаврской ВКР. Презентация иллюстрируется визуальными материалами, представляемыми в виде электронного слайд – фильма, и выполненными в среде MS POWER POINT.

При подборе иллюстративных материалов необходимо использовать

принципы простоты и краткости. Графики и таблицы должны быть информативны, но их нельзя перегружать многочисленными данными.

Цель текста – подкрепить основные идеи бакалаврской работы. Для

структуризации текстовой информации лучше использовать списки. В целях

совместимости электронных презентаций для различных версий POWER POINT все надписи необходимо выполнять шрифтом Arial.

Слайды не следует перегружать эффектами анимации. При оформлении фона слайдов следует избегать темных тонов. Если в качестве фона используется какое-либо изображение, следует проверить, хорошо ли виден на таком фоне текст.

Требования к содержательной части презентации

Компьютерная презентация должна включать в себя следующие разделы:

- Титульный лист презентации (1 слайд)

- Введение (2-3 слайда)

- Основная часть (10-12 слайдов)

- Заключение (1 слайд)

Презентация дипломной работы представляет собой визуальную подачу материала исследования, подкрепленную комментариями выпсукника, она лишь иллюстрирует доклад, а не заменяет его.

Содержательное наполнение слайдов демонстрирует общий уровень выпускника, его умение отбирать важную информацию для доклада и представлять ее визуально.

Титульный слайд в качестве обязательного элемента содержит название темы ВКР. Содержание слайдов по Введению обуславливается логикой изложения материала в этой структурном элементе ВКР, кроме того, являются «визитной карточкой» предметной области исследования или проекта.

После подготовки всех визуальных материалов, следует провести предварительную репетицию, что позволит должным образом отрегулировать темп речи докладчика и скорость показа слайдов.

***5.4 Проведение защиты бакалаврской работы***

Защита бакалаврской ВКР проводится на открытом заседании ГАК с

участием не менее двух третей ее состава, в присутствии научного руководителя и студента-выпускника, а также по возможности рецензентов.

Секретарь ГЭК представляет на заседание комиссии по каждой бакалаврской ВКР:

- 2 экземпляра бакалаврской работы;

- заключение научного руководителя;

- отзыв рецензента;

Порядок защиты работы предполагает:

- вступительное слово студента-дипломника;

- ответы студента-выпускника на вопросы членов ГАК;

- выступление рецензента и других лиц;

- оглашение других отзывов, полученных на бакалаврскую работу;

- заключительное слово студента – ответы на замечания, полученные

в ходе обсуждения бакалаврской работы.

Текст доклада должен убедить комиссию, что данная выпускная квалификационная работа актуальна и достаточно сложна, что автор квалифицированно выполнил свое исследование, предложив новое решение или улучшив ранее известные. Текст доклада и текст на слайдах должен быть коррелирован, но не одинаков. Каждой фразе на слайде должно соответствовать некоторое количество связанных предложений.

План выступления можно построить следующим образом:

1. Обращение (например, «Уважаемые члены государственной аттестационной комиссии»).

2. Тема («Вашему вниманию представляется …» или «Темой представленной работы …»).

3. Введение. Экскурс, введение в проблему. Оно должно показывать, о чем сейчас пойдет речь, введение в круг вопросов, которые относятся к области вашей задачи.

4. Актуальность работы. Зачем она нужна, почему возникла. Почему ее надо выполнить.

5. Постановка цели и задач (что необходимо было сделать).

6. Описание процесса решения задач (зависит от направленности (исследовательская, практическая) работы)

7. Представление результатов.

8. Выводы («В дальнейшем данную работу можно интегрировать, расширить… Планируется исследование, разработки, использование и внедрение ...»).

После доклада студент-выпускник должен ответить на вопросы членов ГАК. Вопросы могут быть направлены на проверку самостоятельности написания дипломной работы, знания содержания основных источников, владения соответствующей терминологией и понятийным аппаратом. Необходимо четко осознавать те результаты, решения, которые были достигнуты и разработаны в ходе выполнения ВКР.

Доклад о выполненной ВКР должен быть хорошо аргументированным, не перегруженным цифровым и графическим материалом. Манера поведения должна быть исключительно деловой, жестикуляция – сдержанной, мимика – спокойной и уверенно доброжелательной. В конечном итоге всё выступление должно быть подчинено главной цели —донести до аудитории мысль об актуальности, полноценности, самостоятельности, новизне и практической значимости выполненной выпускной квалификационной работы. Тогда выступление будет цельным и оставит хорошее впечатление. Все присутствующие на заседании ГАК могут задавать вопросы и участвовать в творческой дискуссии.

Окончательная (балльная) оценка выносится на закрытом заседании ГАК простым большинством голосов ее членов, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии (или заменяющий его

заместитель председателя комиссии) обладает правом решающего голоса.

Научный руководитель и рецензент имеют право высказывать свое мнение, но в голосовании участия не принимают.

ГЭК имеет право давать рекомендации по публикации бакалаврских

работ, представлению их на конкурс, по их практическому использованию.

Секретарь ГЭК ведет протокол заседания, в который вносятся все заданные вопросы, ответы, особые мнения и решение комиссии о выдаче (с

отличием, без отличия) или невыдаче диплома. Протокол подписывается председателем и членами комиссии, участвовавшими в заседании. В тот же

день после оформления протокола заседания ГАК студентам объявляются

результаты защиты бакалаврских работ.

Отчеты о работе ГЭК заслушиваются на Ученом совете КГУКИ и вместе с рекомендациями по совершенствованию качества профессиональной подготовки специалистов представляются в Министерство образования и науки РФ в двухмесячный срок после завершения итоговой государственной аттестации. Протоколы итоговой государственной аттестации выпускников факультета управления хранятся в архиве КГУКИ.

***5.5 Критерии оценки бакалаврской работы***

Основными критериями оценки работы являются:

- актуальность и новизна темы, сложность ее разработки;

- полнота использования источников и специальной литературы по рассматриваемым вопросам;

- умение анализировать и интерпретировать полученные результаты;

- научное, методическое и практическое значение предложений, выводов и рекомендаций, степень их обоснованности;

- четкость и грамотность изложения материала, качество оформления работы, учет требований настоящих «Методических рекомендаций»;

- умение вести полемику по теоретическим и практическим вопросам бакалаврской ВКР, глубина и правильность ответов на вопросы членов ГАК и замечания рецензентов.

Оценки «отлично» заслуживают бакалаврские ВКР, темы которых научно обоснованы, представляют теоретический, методический или практический интерес, свидетельствуют об использовании автором адекватных приемов анализа, современных методов и средств решения поставленных задач и способствуют решению научно-теоретических, методических или практических задач. Структура бакалаврской ВКР, оцененной на «отлично», должна быть четкой, логичной и соответствовать поставленной цели. В заключении следует представлять четкие, всесторонне обоснованные выводы, которые вносят вклад в разрешение поставленной проблемы, являются творческим проектным решением проблемы, намечают перспективы для ее дальнейшей разработки. Работа должна быть написана литературным языком, тщательно выверена, научно-справочный аппарат, соответствовать действующим ГОСТам и настоящим Методическим рекомендациям, содержать приложения в виде схем, таблиц, графиков, иллюстраций и так далее.

Условием получения отличной оценки являются краткость и логичность вступительного слова студента-выпускника, в котором отражены основные положения бакалаврской ВКР, а также четкие и аргументированные ответы на вопросы, заданные членами ГАК.

В тех случаях, когда квалификационная работа не в полной мере отвечает перечисленным выше требованиям, она оценивается более низким баллом.

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

**Календарный график выполнения ВКР**

Министерство культуры Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма

Кафедра рекламы

**Календарный график выполнения бакалаврской работы (ВКР)**

**по направлению 031600.62 Реклама и связи с общественностью**

**профиль общий**

Студента(ки) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ф.И.О. полностью

(в родительном падеже)

Тема: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Утверждена на заседании кафедры рекламы, протокол № \_ от «\_\_» \_\_\_\_\_2014 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Этапы работы | Срок выполнения | Отметка научного руководителя |
| 1 | Изучение источников, сбор данных, представление развернутого плана | До 01.11.2014 |  |
| 2 | Представление руководителю первого (теоретического) раздела работы | 10.12.2014 |  |
| 4 | Аттестация первого раздела на заседании кафедры (бакалавриат) | 17.12.2014 ОФО |  |
|  |  | 19.12.2014-ОЗО |  |
| 5 | Представление руководителю второго (аналитического) раздела работы | 04.03.2015 |  |
| 7 | Аттестация второго раздела на заседании кафедры (бакалавриат) | 11.03.2013-ОФО |  |
|  |  | 13.03.2013- ОЗО |  |
| 8 | Представление руководителю третьего (практического) раздела работы | 26.03.2015 |  |
| 9 | Представление руководителю первого варианта работы, нормоконтроль | 02.04-03.04.2015 |  |
| 11 | Прохождение предзащиты (бакалавриат) | 16.04.2015-ОЗО |  |
|  |  | 23.04.2015-ОДО |  |
| 12 | Представление итогового варианта работы руководителю, подготовка отзыва, рецензирование, допуск к итоговой государственной аттестации (специалитет+бакалавриат) ОЗО | 29.05.-30.05.  2015 |  |
| 13 | Представление итогового варианта работы руководителю, подготовка отзыва, рецензирование, допуск к итоговой государственной аттестации (специалитет+бакалавриат) | 11.05.-12.05.2015 |  |

Заключение научного руководителя о выполнении работы для предзащиты:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Студент (ка) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2015 г. (подпись)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Научный руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г. (подпись) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой Кудинова А.В. «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

(подпись)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Титульный лист

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Краснодарский государственный Университет культуры и искусств»

Кафедра рекламы

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**Тема:**

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Студента(ки) 4 курса (за)очной формы обучения Факультета СКДТ, направления 031600.62 Реклама и связи с общественностью, профиль - общий

(Ф.И.О полностью)

Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

Научный руководитель:-

д.ф.н., профессор

Иван Иванович Иванов

Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

**Допущена к защите**

зав. кафедрой, к.и.н., доц.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В. Кудинова

«\_\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2015 г.

Краснодар 2015

**Приложение Г**

Оглавление

Введение.………………………………………….……………..……………. 3

1 Теоретические аспекты рекламного бизнеса ..…..………………….…… 7

1.1 Ресторанный бизнес: понятие и содержание ……………..……..…..….7

1.2 Особенности рекламы ресторанных услуг ………………...…………...19

2 Анализ рекламной деятельности ОРК «Транс-Форс» ……………………...34

2.1 Общая характеристика образовательно-развлекательного комплекса ….46 2.2 Рекламные средства и их применение ………………………….…………60

3 Рекомендации по совершенствованию рекламы ОРК «Транс-Форс» ...…..72 Заключение………….……………………..……………………………..…… 84 Список использованных источников………………………....………………. 87

Приложение А Анкета …………………….…………………………………… 90

Приложение Б Буклет …………………………………….…………………….92

Приложение В Сувенирная продукция ……….…………………….……….. 98

**Приложение Д**

Библиографический список

1. Авдеев В.В. Психотехнология решения проблемных ситуаций. – М. : ИМА-ПРЕСС, 2005. – 323 с .
2. Жизнин С.З., Крупнов В.И. Как стать бизнесменом. – Мн. : Предприниматель, 2000. – 64 с.
3. Кучеренко В.З. Экономика рекламы : учеб. пособие. – М. : БЕК, 2006. – 144 с.
4. Литунов С.Н. Речевое воздействие и языковое манипулирование в рекламе. URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 29.04.2010).
5. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. – М. : Норма, 2004. – 446 с.
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : учебник; пер. с англ. – М. : Дело, 2002. – 702 с.
7. О рекламе : федер. закон от 13.03.2006 г. № 38–ФЗ // Консультант-плюс : [сайт]. URL: [http://www.consultant.ru/popular/advert](http://www.consultant.ru/popular/advert/) (дата обращения: 20.03.2010).
8. Старобинский Э.Е. Самоучитель по рекламе. – М. : Гардарики, 2006. – 224 с.
9. Столяренко Л.Д. Основы психологии. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 736 с.
10. Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика : учебник. – М. : Прогресс. – 156 с.
11. Хейне П. Экономический образ мышления; пер. с англ. – М. : Изд-во Дело, 2003. – 704 с.
12. Чередниченко З.Г. Кому доверяет потребитель? URL: <http://www.advertime.ru> (дата обращения: 18.02.2010).

**Приложение Е**

Перечень сокращений для обозначения ученых степеней и званий

*Ученые степени:*

Доктор – д-р

Кандидат – канд.

Магистр – маг.

Бакалавр – бак.

*Виды наук:*

Искусствоведения – иск.

Исторических наук – ист.

Культурологии – культ.

Педагогических наук – пед.

Политических наук – пол.

Психологических наук – психол.

Социологических наук – соц.

Технических наук – тех.

Философских наук – филос.

Филологических наук – фил.

Экономических наук – экон.

Юридических наук – юр.

*Ученые звания:*

Профессор – проф.

Доцент – доц.

1. Актуальность темы.

2. Практическая значимость полученных результатов.

3. Глубина и полнота раскрытия темы.

4. Сроки проведения исследований, своевременность представления на проверку разделов и завершенной работы.

5. Оценка деловых качеств студента: проявление трудолюбия, творческого отношения, самостоятельности (халатности, недисциплинированности), умение работать с литературой, владение методами анализа ситуаций, процессов и явлений, умение отстаивать собственную точку зрения, делать обоснованные выводы и предложения и т. п.

6. Участие в научно-исследовательской работе студента (выступление на вузовской, межвузовской студенческой конференции).

7. Недостатки и замечания по содержанию и оформлению ВКР.

8. Заключение (подготовленность студента к профессиональной деятельности, рекомендация к защите, в аспирантуру, к опубликованию, внедрению).

1. Рекомендация о возможности допуска к защите.

Научный руководитель: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, ученая степень, звание)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О..) (подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

**Приложение И**

1. Актуальность темы.

2. Характеристика основных разделов работы:

• соответствие содержания утвержденной теме ВКР;

• полнота и глубина рассмотрения проблемы;

• структура и логика работы;

• уровень использования нормативных документов, отече­ственной и зарубежной литературы;

• уровень и методы анализа деятельности конкретной орга­низации;

• практическая значимость работы, обоснованность пред­ложений автора и возможность использования предложе­ний автора в практике работы организации.

3.Иллюстрации (фото, рисунки, графики и т. п.), использо­вание литературы и ссылки на нее.

4. Недостатки, замечания по содержанию, оформлению.

5.Заключение (соответствие ВКР установленным требова­ниям, уровень профессиональной подготовки студента к самосто­ятельной работе).

6. Оценка рецензента.

Рецензент: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, место работы, ученая степень, звание)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_ г.

**Приложение К**

Акт о внедрении

Акт о внедрении

результатов бакалаврской выпускной квалификационной работы

Студента (ки)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

Предмет внедрения: результаты бакалаврской выпускной квалификационной работы на тему: «Анализ эффективности рекламной кампании ООО «Панда» (г. Краснодар)»

Форма внедрения: рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности, обеспечению эффективной рекламной кампании предприятия.

Место внедрения: общество с ограниченной ответственностью «Панда», г. Краснодар.

Ожидаемые результаты внедрения: устранение недостатков в осуществлении рекламной деятельности, разработка эффективной рекламной кампании и проведение рекламных и маркетинговых исследований.

Директор

ООО «Панда» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (Ф.И.О.)

М.П.

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_2015 г