

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГАОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО»

Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью

**РЕКЛАМА
И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Учебно-методическое пособие
по подготовке к государственной итоговой аттестации магистров

Санкт-Петербург

2020

ББК 65.47

А в т о р ы - с о с т а в и т е л и:

М.С. Арканникова, М.Ю. Абабкова, В.Л. Леонтьева, О.О. Васильева, Ю.О. Обухова

Реклама и связи с общественностью: учебно-методическое пособие по подготовке государственной итоговой аттестации магистров / Под ред. М.С. Арканниковой. – СПб.: ПОЛИТЕХ ПРЕСС, 2020. – 111 с.

Научный редактор – доцент, директор Высшей школы медиакоммуникаций
и связей с общественностью Гуманитарного института СПбПУ
Марина Сергеевна Арканникова

Учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» содержит материалы и требования по написанию, оформлению и защите выпускных квалификационных работ магистров. Основная цель учебно-методического пособия – повышение эффективности самостоятельной работы студентов при подготовке к выполнению выпускной квалификационной работы магистра.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов очной, очно-заочной и заочной форм обучения, а также преподавателей, осуществляющих научное руководство выпускными квалификационными работами магистров.

Сайт Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью
Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического
университета Петра Великого – <http://rso.spbstu.ru>

Печатается по решению редакционно-издательского совета
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

© Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1. Государственный экзамен по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».....	7
1.1. Цель государственного экзамена.....	7
1.2. Структура и содержание государственного экзамена.....	7
1.3. Порядок проведения государственного экзамена.....	8
2. Выпускная квалификационная работа магистра.....	11
2.1. Общие требования к выпускной квалификационной работе ма- гистра.....	11
2.2. Выбор и утверждение темы выпускной квалификационной работы магистра.....	17
2.3. Требования к структуре выпускной квалификационной работы ма- гистра.....	21
2.4. Требования к содержанию выпускной квалификационной работы магистра	28
2.5. Требования к стилю изложения в выпускной квалификационной ра- боте магистра.....	45
3. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы ма- гистра.....	50
3.1. Порядок оформления выпускной квалификационной работы магистра.....	51
3.2. Правила оформления таблиц, графического материала, формул....	56
4. Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы магистра.....	61
4.1. Представление выпускной квалификационной работы магистра к защите и ее рецензирование.....	61
4.2. Защита выпускной квалификационной работы магистра	64
4.3. Требования к презентации ВКР на защите.....	69
4.4. Хранение работ.....	82
4.5. Указания по подготовке выпускных квалификационных работ ма-	

гистра, представляемых к защите на иностранном языке.....	83
Приложение 1. Образец индивидуального плана работы студента, обучающегося по программе магистерской подготовки.....	85
Приложение 2. Образец заявления на утверждение темы выпускной квалификационной работы.....	89
Приложение 3. Образец задания на выпускную квалификационную работу.....	90
Приложение 4. Образец оформления титульного листа.....	91
Приложение 5. Пример оформления реферата.....	92
Приложение 6. Образцы презентаций для представления ВКР к защите....	94
Приложение 7. Форма отзыва руководителя выпускной квалификационной работы магистра.....	98
Приложение 8. Форма рецензии на выпускную квалификационную работу магистра.....	100
Приложение 9. Способы анализа эффективности рекламной (PR) кампании, проекта, специальных мероприятий.....	102
Приложение 10. Примеры описания источников информации.....	109
Приложение 11. Примерная структура доклада студента на защите выпускной квалификационной работы магистра.....	110

ВВЕДЕНИЕ

Итоговой стадией, завершающей обучение в высшем учебном заведении, является государственная итоговая аттестация выпускников.

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускника Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), утвержденного приказом Минобрнауки России № 528 от 8 июня 2017 года, а также самостоятельно устанавливаемого образовательного стандарта высшего образования (СУОС), утвержденного решением Учёного Совета СПбПУ от 26.06.2017, протокол № 6.

В соответствии с ФГОС ВО / СУОС для установления уровня теоретической и практической подготовленности выпускника к решению профессиональных задач проводится государственная итоговая аттестация, предусматривающая сдачу итогового междисциплинарного экзамена, подготовку и защиту выпускной квалификационной работы. Организация и проведение государственной итоговой аттестации определяется «Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры ФГАОУ ВО СПбПУ», выпускающей структурой – Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института СПбПУ (далее – ВШМиСО).

Учебно-методическое пособие по подготовке и выполнению выпускной квалификационной работы для студентов, обучающихся **по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**, разработаны в соответствии с:

- Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённым приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;

- Приказом Минобрнауки России от 09 февраля 2016 г. № 86 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённым приказом Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636»; с дополнениями от 28 апреля 2016, 27 марта 2020 года;

- «Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры ФГАОУ ВО СПбПУ», утверждённым решением Учёного совета СПбПУ от 25.11.2019 (протокол № 10);

- «Положением о магистратуре» (Приложение № 1 к приказу от 21.05.2015 № 615).

1. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКЗАМЕН ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

1.1. Цель государственного экзамена

Государственный экзамен представляет собой итоговое испытание по профессионально ориентированным междисциплинарным проблемам, которое устанавливает соответствие подготовленности выпускника требованиям ФГОС ВО/СУОС по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Государственный экзамен (далее – ГЭ, экзамен) вводится в учебный процесс с целью систематизации теоретических знаний студентов, а также для проверки уровня их профессиональной подготовки. Экзамен входит в состав государственной итоговой аттестации магистров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» наряду с защитой выпускной квалификационной работы (далее – ВКР).

Главной целью ГЭ является проверка у выпускников уровня профессиональной компетентности в области теоретических основ рекламы и связей с общественностью, прочности и осознанности усвоения общепрофессиональных учебных курсов, а также необходимых для магистра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» профессиональных умений и навыков в постановке и решении практических задач.

1.2. Структура и содержание государственного экзамена

Программа государственного экзамена формируется как междисциплинарная и позволяет выявить теоретико-методологическую подготовку студента к решению профессиональных задач, в соответствии с требованиями ФГОС/СУОС. Содержание программы ГЭ разрабатывается и утверждается ВШМиСО и доводится до сведения студентов за месяц до экзамена. ГЭ магистров проводится в сроки, определяемые основной образовательной программой (ООП). Сдача государственного экзамена предшествует защите выпускной квалификационной работы.

К государственному экзамену допускаются студенты, завершившие полный

курс обучения и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Экзамену предшествует подготовительный период в течение установленного учебным планом времени, который включает проведение консультаций и подготовку к экзамену.

1.3. Порядок проведения государственного экзамена

Государственный экзамен принимает Государственная экзаменационная комиссия (далее – ГЭК), которая ежегодно утверждается приказом по СПбПУ «О составе государственной экзаменационной комиссии».

Процедурные моменты экзамена (организация консультаций, время и место экзамена и т.п.) устанавливаются директором ВШМиСО и доводятся до сведения обучающихся. Присутствие на экзамене посторонних лиц без разрешения председателя ГЭК не допускается.

Государственный экзамен проводится, как правило, в тестовой форме в течение одного учебного дня для академической группы студентов. Студентам раздаются тестовые задания. Продолжительность экзамена – полтора часа.

ГЭК на закрытом совещании определяет оценки по шкале «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка объявляется студентам на следующий рабочий день после дня его проведения и заносится в зачетные книжки и ведомость. Результаты экзамена также фиксируются в протоколе заседания ГЭК. Студент, получивший на государственном экзамене неудовлетворительную оценку, к защите выпускной квалификационной работы не допускается.

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения, результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в письменной форме, – на следующий рабочий день после дня его проведения.

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) несогласии с результатами государственного экзамена. Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию **не позднее следующего рабочего дня** после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

Апелляция рассматривается не позднее 2-х рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель ГЭК и обучающийся, подавший апелляцию. Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3-х рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

При рассмотрении апелляции о несогласии с результатами государственного аттестационного испытания апелляционная комиссия выносит одно из следующих решений:

- об отклонении апелляции и сохранении результата государственного аттестационного испытания;
- об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата государственного аттестационного испытания.

Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в ГЭК. Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования ранее выставленного результата государственного аттестационного испытания и выставления нового.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит. Повторное проведение государственного аттестационного испытания осуществляется в присутствии одного из членов апелляционной комиссии не позднее 15 июля. Апелляция на повторное проведение государственного аттестационного испытания не принимается.

Обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в

связи с неявкой на государственное аттестационное испытание по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение общественных или государственных обязанностей, вызов в суд, транспортные проблемы (отмена рейса, отсутствие билетов), погодные условия или в других случаях, перечень которых устанавливается локальными актами СПбПУ), вправе пройти её в течение 6 месяцев после завершения государственной итоговой аттестации. Обучающийся должен представить в СПбПУ документ, подтверждающий причину его отсутствия. Обучающийся, не прошедший одно государственное аттестационное испытание по уважительной причине, допускается к сдаче следующего государственного аттестационного испытания (при его наличии).

Обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в связи с неявкой на ГИА по неуважительной причине или в связи с получением оценки «неудовлетворительно», а также обучающиеся, не прошедшие государственное аттестационное испытание в установленный для них срок (в связи с неявкой на государственное аттестационное испытание или получением оценки «неудовлетворительно»), отчисляются из университета с выдачей справки об обучении как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана.

Лицо, не прошедшее государственную итоговую аттестацию, может повторно пройти государственную итоговую аттестацию не ранее чем через год и не позднее чем через пять лет после срока проведения государственной итоговой аттестации, которая не пройдена обучающимся. Для повторного прохождения ГИА указанное лицо по его заявлению восстанавливается в университет на период времени, установленный университетом, но не менее периода времени, предусмотренного календарным учебным графиком для государственной итоговой аттестации по соответствующей образовательной программе. При повторном прохождении ГИА по желанию обучающегося решением университета ему может быть установлена иная тема выпускной квалификационной работы (ВКР).

2. ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА

2.1. Общие требования к выпускной квалификационной работе магистра

ФГОС ВО и СУОС по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» предусматривается выполнение ВКР, в которой на основе профессионально ориентированной теоретической подготовки должны решаться конкретные практические задачи, предусмотренные квалификацией и профессиональным предназначением специалиста по рекламе и связям с общественностью. Критерии оценки выпускных квалификационных работ определяются программой ГИА.

Защита ВКР является основной формой проведения государственной итоговой аттестации по **направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**.

Магистерская диссертация – является самостоятельным и логически завершённым научным исследованием, выполняемым под руководством научного руководителя (для работ, выполняемых на стыке направлений, также с привлечением научных консультантов) и связанная с решением задач коммуникационной, научно-исследовательской и педагогической видов деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учётом специфики профиля образовательной программы, а также с разработкой оригинальных учебно-прикладных программ и задач.

Целью подготовки выпускной квалификационной работы магистра является систематизация и углубление теоретических и практических знаний, полученных в рамках учебного плана, закрепление навыков самостоятельной исследовательской работы. Работа должна свидетельствовать о степени готовности выпускника к практической деятельности в рамках полученной квалификации.

ВКР магистра представляет собой законченное исследование на заданную тему, написанное лично автором под руководством научного руководителя, содержит элементы научного исследования и свидетельствует об умении автора работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал, а также

подтверждает владение общекультурными и профессиональными компетенциями, приобретенными при освоении профессиональной образовательной программы.

ВКР магистра содержит совокупность результатов и научных положений, выдвигаемых автором для публичной защиты и свидетельствует о способностях автора проводить самостоятельные научные исследования, опираясь на теоретические знания и практические навыки.

На подготовку и защиту ВКР выпускнику отводится время, в соответствии с учебным планом.

Выполнение ВКР имеет следующие цели:

- систематизация, расширение, закрепление и обобщение теоретических знаний и практических умений по направлению «Реклама и связи с общественностью» и использование их при решении профессиональных задач;
- развитие навыков самостоятельной научной работы и овладение методикой построения экспериментальных исследований;
- приобретение обучающимися опыта оформления, представления и публичной защиты результатов своей научно-исследовательской и профессиональной деятельности;
- оценку степени и уровня подготовленности обучающихся к профессиональной деятельности, форсированности у них общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

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

Выпускная квалификационная работа является завершающим и наиболее сложным этапом всего процесса профессионального образования. При её подготовке студент должен показать свои способности и умения решать проблемы, реально существующие в практике рекламы и связей с общественностью.

ВКР магистра выполняется на базе теоретических знаний и практических

навыков, полученных студентом в период обучения. Возможны следующие **типы ВКР**:

а) ВКР научно-исследовательская предполагает описание или обозначение актуальной научной проблематики (в теоретической части работы или во введении) и исследование конкретного предметного материала в русле заявленной научной проблематики. В ВКР должно проявиться знание автором основных методов исследования, умение их применять, владение научным стилем речи. Такого рода работа является заявкой на продолжение научного исследования в аспирантуре;

б) ВКР прикладная может представлять собой применение конкретной научной методики анализа или описания к неисследованному ранее материалу. ВКР прикладного и творческого характера должна быть представлена решенным практическим (творческим) заданием, созданным рекламным, PR-продуктом и его презентацией. Такая ВКР может содержать полноценный рекламный или PR-продукт (стратегию продвижения, рекламную кампанию, PR-кампанию, комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, брендбук, сценарии радио или видеороликов с диалогами, эскизы макетов и проч.) и отражать практические этапы его разработки.

Во всех случаях ВКР магистра должна представлять собой оригинальный авторский труд, содержащий конкретные результаты. ВКР также должна свидетельствовать о наличии у выпускника собственной позиции.

Основными критериями при оценке выпускной квалификационной работы являются:

- актуальность темы выпускной работы;
- научная новизна и практическая значимость исследования;
- самостоятельность, творческий характер изучения темы;
- обоснованность сделанных автором выводов и предложений;
- соответствие содержания работы теме, целям и задачам, сформулированным автором;
- глубина раскрытия темы;

- грамотный стиль изложения;
- правильность оформления и полнота библиографии и научно-справочного материала;
- использование литературы на иностранных языках;
- умение ориентироваться в проблемах исследуемой темы, особенно в процессе защиты выпускной работы (содержание и форма вступительного и заключительного выступлений, ответы выпускника на поставленные ему вопросы).

Основные задачи выпускной квалификационной работы магистра:

1. Для выпускника:

- показать знания, умения и навыки по выбору и постановке социально и научно значимой проблемы магистерской работы, по научному и практическому поиску, отбору, анализу и обобщению исследуемого материала;
- проявить способность логически, профессионально и грамматически правильно излагать результаты своего исследования;
- проявить культуру мышления, кругозор, широту и глубину научных обобщений, видение научных и практических проблем и путей их разрешения, способность применять полученные в ходе обучения знания и умения в различных сферах профессиональной деятельности.

2. Для университета:

- проверить и оценить готовность и способность студента-выпускника проводить самостоятельные научно-практические исследования по заданной теме;
- проверить и оценить умения и навыки выпускника логически обоснованно, научно и практически аргументировано, грамотно отстаивать и защищать интересы человека, общества, своей организации в любой конкретной служебной или жизненной ситуации.

Общее организационное и научное руководство выпускной квалификационной работой магистра осуществляет научный руководитель, назначенный из числа преподавателей ВШМиСО, а также сотрудников профильных подразделений СПбПУ.

Обязанности научного руководителя:

- консультировать студента по вопросам выбора темы, подготовки, написания и защиты выпускной квалификационной работы;
- предварительно обсудить, скорректировать и окончательно утвердить тему работы;
- консультировать относительно научных методов и подходов, применяемых в выпускной квалификационной работе;
- выдать студенту задание на выполнение выпускной квалификационной работы;
- сформировать индивидуальный план научно-исследовательской работы магистранта (форма индивидуального плана и порядок его формирования определяется рабочей программой научно-исследовательской работы);
- сформировать задание на преддипломную практику;
- утвердить представленный студентом календарный график работы над исследованием и контролировать ход его выполнения;
- проверить содержание выпускной квалификационной работы, сделать по ней замечания, высказать пожелания или требования;
- оценить качество выполнения выпускной квалификационной работы в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями;
- рекомендовать (письменно) ВШМиСО допустить (или не допустить) выпускную квалификационную работу к защите;
- подготовить студента к предзащите выпускной квалификационной работы с целью выявления готовности ВКР к защите;
- написать отзыв о работе обучающегося над ВКР;
- организовать рецензирование ВКР;
- подписать ВКР в тех частях, где предусмотрена подпись научного руководителя, в частности, на титульном листе, на листе задания на ВКР, на листе календарного плана.

Работа над выпускной квалификационной работой состоит из нескольких этапов:

- формулировка проблемы исследования;

- определение объекта и предмета исследования (область и проблема исследования);
- постановка цели и задач исследования (определение намерений и будущих результатов работы);
- формулировка названия/темы работы;
- определение гипотезы исследования;
- составление плана ВКР;
- выбор научных методов и подходов для сбора, анализа и интерпретации материалов исследования;
- сбор, анализ, интерпретация материалов по теме исследования, в том числе, изучение научной литературы, нормативных и официальных документов;
- изучение и обобщение практической рекламной и PR-деятельности организации;
- анализ PR-кампаний, программ, проектов по определенной тематике;
- разработка и описание собственного рекламного или PR-проекта (программы, кампании) и т.д.;
- формулирование выводов, рекомендаций;
- написание основной части работы, введения и заключения, оформление выпускной квалификационной работы;
- представление выпускной квалификационной работы научному руководителю, работа над его замечаниями и рекомендациями;
- представление готовой выпускной квалификационной работы с отзывом научного руководителя в ВШМиСО;
- защита выпускной квалификационной работы.

ВШМиСО вправе заслушать отчёт студента о ходе и итогах работы на предварительной защите выпускной квалификационной работы.

Грубое нарушение установленных требований к оформлению и представлению выпускной квалификационной работы ведёт к недопуску студента к защите.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на заседании ГЭК.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы являются основа-

нием для принятия ГЭК решения о присвоении соответствующей квалификации (степени) и выдачи диплома установленного образца.

2.2. Выбор и утверждение темы выпускной квалификационной работы магистра

Темы ВКР определяются ВШМиСО с учётом запросов и предложений рекламной и PR-индустрии. Каждая ВКР должна служить средством развития и оценки уровня сформированности общекультурных и профессиональных компетенций магистра. Обучающемуся предоставляется право выбора темы ВКР из предложенного перечня примерных тем. Примерный перечень тем магистерской ВКР магистра ежегодно утверждается директором ВШМиСО.

Тему выпускной квалификационной работы целесообразно выбирать с учетом профессиональных интересов студента и места прохождения профессионально-творческой практики. Это позволит, с одной стороны, наиболее полно использовать документационные материалы по рекламной и PR-деятельности, полученные в ходе прохождения практики, а с другой стороны – использовать обобщенный практический и теоретический материал исследования на конкретном рабочем месте.

По письменному заявлению обучающегося ВШМиСО может предоставить обучающемуся возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной самим обучающимся, в случае обоснованности целесообразности её разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Тематика работ должна учитывать реальные потребности профессиональной деятельности по направлению подготовки магистра, а также перспективы её развития. В ходе самостоятельного формирования темы ВКР обучающемуся предлагается перечень вопросов, отражение ответов на которые в теме ВКР позволят придать ей уникальность путём добавления тех или иных пояснительных элементов.

Кроме того, следует обратить внимание на непосредственную связь темы ВКР и характера деятельности в рамках прохождения студентами производственной практики. Определение желаемой темы ВКР осуществляется на основании профессиональных предпочтений и имеющихся навыков, она также должна быть ориентирована на имеющиеся ресурсы и предпочтения студента относительно места прохождения профессионально-творческой практики.

При выборе темы обучающийся должен исходить из требований актуальности, новизны и научной корректности в формулировке темы исследования. В целях соблюдения требований научной корректности в формулировке темы ВКР и её новизны выпускнику необходимо ознакомиться с опубликованными по анализируемой проблеме монографиями, пособиями, сборниками, статьями, а также с отечественным и зарубежным опытом работы по теме исследования. Выбор тем ВКР и их закрепление за обучающимися организуется согласно графику учебного процесса СПбПУ.

В первом семестре 1 курса студент выбирает примерную тему исследования, научного руководителя и заполняет индивидуальный план работы магистра (Приложение 1). Научно-исследовательская работа магистра выполняется в соответствии с индивидуальным планом студента. Индивидуальный план работы магистра может корректироваться в соответствии с конкретизацией темы в процессе выполнения научно-исследовательской работы.

ВШМиСО назначает научных руководителей, которые совместно со студентом составляют индивидуальный план работы, где формулируется тема ВКР магистра и предварительное задание на выполнение ВКР. Индивидуальный план обсуждается и утверждается протоколом заседания ВШМиСО.

Определив тему ВКР, студент обязан подать заявление на имя директора ВШМиСО (образец заявления для написания выпускной квалификационной работы магистра представлен в Приложении 2) для утверждения этой темы и окончательного назначения научного руководителя.

После окончательного утверждения темы выпускной квалификационной работы и назначения научного руководителя, определения места производственной

практики, студентом совместно с научным руководителем формулируется задание на выполнение выпускной квалификационной работы (Приложение 3). Задание предусматривает название темы, перечень подлежащих разработке вопросов, срок представления студентом законченной выпускной квалификационной работы в ВШМиСО, дату выдачи задания. Общее организационное руководство работой студента над выпускной квалификационной работой (подготовка, выполнение, защита) осуществляет ВШМиСО. Непосредственное научно-методическое руководство осуществляет научный руководитель.

Студент-выпускник обязан систематически отчитываться о ходе выполнения плана работы перед научным руководителем. ВШМиСО обязана регулярно контролировать ход выполнения и подготовку выпускных квалификационных работ, при необходимости заслушивать и обсуждать вопрос о ходе выполнения работы в присутствии студента и научного руководителя.

Никаких расхождений в формулировке темы исследования на титульном листе в окончательном варианте работы с формулировкой темы в приказе об утверждении тем выпускных квалификационных работ быть не должно.

Работа магистранта над ВКР должна начинаться с составления плана.

План помогает наметить направление всей работы студента и во многом предопределяет её результат. Формированию плана должно предшествовать изучение литературы по данной теме, чтобы составить для себя представление об узловых теоретических и практических вопросах и проблемах данного направления.

План – это важнейшая составляющая работы, даже при беглом знакомстве с ним можно составить мнение о направленности, сложности, объёме, характере, научной и практической актуальности работы, её ожидаемой результативности. Поэтому план должен быть детально продуман, взвешен и логически чётко построен.

Предварительный план студент согласовывает с научным руководителем и только после его одобрения приступает к работе. При этом следует иметь в виду, что первично составленный план является предварительным, ориентировочным, и по мере дальнейшего более углубленного изучения теоретического и практиче-

ского материала потребует внесения корректив.

Выпускная квалификационная работа магистра должна носить научно-исследовательский характер, содержать анализ научно-методической литературы и состояния практики. Итогом выпускной квалификационной работы должны стать практические рекомендации или проект. Практическая значимость работы является одним из основных критериев оценки качества выпускной квалификационной работы магистра.

Ниже приведён **примерный перечень тем для ВКР магистра по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью:**

1. Цифровые платформы как инструмент коммуникаций социальных проектов и программ КСО компаний сферы ТЭК.
2. Культурная политика РФ в сфере внешнеполитических коммуникаций.
3. Коммуникационное продвижение компаний в сфере туризма средствами нативной рекламы.
4. Корпоративные медиа в системе внутренних коммуникаций промышленного предприятия (на примере ...).
5. Коммуникационный консалтинг в сфере B2B: позиционирование нового продукта компании.
6. Управление коммуникациями топ-менеджмента в социальных медиа.
7. Коммуникативные стратегии и практики продвижения дополнительных образовательных программ СПбПУ.
8. Стратегическое планирование digital-коммуникаций в рекламном агентстве.
9. Стратегическое планирование и оценка эффективности коммуникационной политики организации.
10. Современные подходы к кризисным коммуникациям в туристической отрасли.
11. Эффективность событийного маркетинга при продвижении бренда.

12. Коммуникационный аудит рекламной и PR-деятельности организации (на примере ...).
13. Анализ и моделирование процессов управления рекламой и PR (на примере ...).
14. Инновационные технологии управления маркетинговыми коммуникациями.
15. Внедрение инновационных маркетинговых технологий в деятельности PR-агентства.
16. Коммуникационные стратегии продвижения инновационных городов.
17. Социальные инвестиции нефтегазовой отрасли как инструмент управления репутацией (на примере проекта ...).
18. Медiateхнологии формирования повестки дня в сети Интернет.
19. PR-сопровождение демографической политики государства.
20. Коммуникационные стратегии в системе открытого образования.

2.3. Требования к структуре выпускной квалификационной работы магистра

Первым этапом выполнения ВКР магистра является составление плана ВКР. План помогает наметить направление всей работы студента и во многом предопределяет её результат.

Предварительный план студент согласовывает с научным руководителем и только после его одобрения приступает к работе. При этом следует учесть, что первый вариант плана является предварительным и ориентировочным, что потребует далее внесения корректив.

Выпускная квалификационная работа магистра должна носить научно-исследовательский характер, содержать анализ научно-методической литературы и состояния практики. Одним из итогов выпускной квалификационной работы должны стать практические рекомендации или проект. Практическая значимость

работы является одним из основных критериев оценки качества выпускной квалификационной работы магистра.

Структура ВКР содержит следующие разделы:

1. **Титульный лист** (см. Приложение 4).
2. **Реферат** (см. Приложение 5).
3. **Содержание.** В Содержании последовательно перечисляются введение, заголовки глав (разделов), параграфов (подразделов), заключение, список источников и приложений, указываются номера страниц, на которых они помещены.
3. **Введение.**
4. **Основная часть** состоит из теоретического, аналитического и практического разделов (2 – 3 глав ВКР).
5. **Заключение** должно содержать выводы по теме работы, конкретные предложения и рекомендации по исследуемым вопросам.
6. **Список использованных источников** включает все использованные источники в алфавитном порядке. Сведения об источниках приводятся в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Ссылки оформляются в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».
7. **В Приложении** следует включать вспомогательный материал, который при включении в основную часть загромождает текст (промежуточные расчёты, графики, таблицы и пр.).

Теоретическая часть создается на основе изучения учебников, учебных пособий, монографий, статей в научных журналах, сборниках и т.п. Научный руководитель поможет составить базовый библиографический список. Для поиска теоретических источников рекомендуется использовать фонды Российской книжной палаты и ведущих библиотек (в том числе библиотеку СПбПУ), представленные в бумажных и электронных каталогах, а также онлайн-ресурсы. К ним относятся Российский индекс научного цитирования (РИНЦ, официальный сайт – eLibrary.ru), международные реферативные базы данных Scopus и Web of Science,

поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин Google Scholar, сайты вузов, научно-исследовательских институтов и пр.

Многие учебные и научные тексты в онлайн-режиме доступны в полном объёме или в виде аннотаций. Сопровождающие научные исследования библиографические списки дают представление о наиболее значимых публикациях определенной тематики.

При работе над теоретической основой ВКР главным способом создания текста является реферирование – извлечение из документов основной информации и создание на её основе оригинального, структурированного текста в соответствии с выбранной темой и задачами ВКР.

При этом исходные тексты не переписываются (не копируются), не приводятся в виде соединенных определенным образом (даже логически верным) фрагментов, а пересказываются своими словами. Содержащиеся в них сведения сравниваются, уточняются, анализируются, систематизируются. Искажение смысла первоисточников и/или приписывание авторам того, что они не говорили, недопустимо.

В ходе подготовки ВКР автор должен сформировать библиографический аппарат – список источников ко всей работе и ссылок на те из них, которые цитируются в основном тексте. Обязательное требование – всегда давать ссылки на источник, из которого заимствован материал. Любой уже опубликованный материал, приведенный без кавычек и указания источника, – это некорректное заимствование, грубое нарушение академической этики. С помощью современных автоматизированных систем проверки текстовых документов доказать факт некорректного заимствования несложно.

Для создания эмпирической части ВКР студенту нужно самостоятельно получить/собрать важные для раскрытия темы данные.

Это могут быть подборки иного медиаконтента, нормативные акты, статистические отчёты, финансовые документы и др. Такие сведения следует искать на сайте организации, на сайте Госкомстата и исследовательских организаций, в базах данных, архивах и т.п. Часто единственным способом получить нужную ин-

формацию становится анкетирование (с закрытыми и/или открытыми вопросами), фокус-группы или глубинные интервью с экспертами. Процедуру сбора эмпирических данных также необходимо обсуждать с научным руководителем, который объяснит, как правильно действовать, чтобы избежать ошибок.

При работе с любыми источниками действовать нужно системно и последовательно. Если важный в контексте темы материал не был найден – это серьёзное упущение автора, которое может негативно отразиться на качестве ВКР. В то же время обширный библиографический список ещё не является свидетельством релевантности отобранных источников теме или качества их реферирования.

Статистическую (цифровую) информацию для наглядности следует оформлять в виде таблиц, графиков, схем и диаграмм.

В текст включают лишь те данные, которые необходимы для конкретизации изложения полученных результатов.

Очень важно соблюдать логическую связь между главами ВКР. Каждая последующая глава должна обоснованно вытекать из предыдущей, так же как и параграфы внутри глав.

Предлагаем два варианта типовой структуры ВКР магистра:

I вариант воплощает исследовательский подход: выход на научную новизну, обоснование методов исследования и глубокая теоретическая интерпретация полученных результатов с доказательством их научной новизны.

Введение (5-6 страниц)

1 глава теоретико-методологическая часть (примерно 30 страниц) включает в себя 3 параграфа:

- характеристика современного состояния исследуемой проблемы;
- критический анализ существующих теоретических подходов к изучению и определению объекта исследования;
- обзор применяемых коммуникационных кампаний в отрасли;
- разработка собственных методологических оснований;
- выбор практических способов и инструментария для анализа практики функционирования конкретной организации или решения конкретной проблемы.

2 глава аналитическая часть работы (примерно 30 страниц) включает в себя 3 параграфа:

- анализ положения компании/организации на рынке;
- анализ актуального состояния системы маркетинговых и PR-коммуникаций в компании/организации, используемых принципов, подходов и конкретных инструментов;
- выявление проблем компании/организации, а также причин, мешающих эффективному функционированию коммуникаций;
- определение направлений и средств решения выделенной ключевой проблемы, разработка конкретной кампании;
- расчёт эффективности предлагаемых способов решения проблемы.

Заключение (2-3 страницы)

Библиографический список (3-4 страницы, не менее 50 источников, включая научные статьи за последние 5 лет, в том числе на иностранных языках и из журналов перечня ВАК, Scopus и/или WOS).

Приложения

II вариант воплощает проектно-прикладной подход: выход на внедрение, выбор и обоснование теоретических моделей, применяемых для анализа существующих PR-процессов, и выработка по результатам этого анализа конструктивных предложений, направленных на усовершенствование организации PR-деятельности и расчёт ожидаемых эффектов от их внедрения. Допускает 3 главы:

Введение (4-5 страниц).

1 глава – теоретическая часть работы (20-25 страниц)

2 параграфа: характеристика современного состояния проблемы; подходы к её решению, обоснование практических способов и целевых аудиторий, выбор инструментария.

2 глава – аналитическая часть работы (25-30 страниц)

2 параграфа: характеристика исследуемого объекта на примере конкретной организации, анализ реальной практики и используемых моделей оптимизации PR-технологий, выявление причин, мешающих эффективному функционирова-

нию исследуемого объекта.

3 глава – проектная часть работы (15-20 страниц)

2-3 параграфа: разработка модели совершенствования управления исследуемыми процессами, составление плана мероприятий, описание хода проекта, расчёт бюджета, оценка общей эффективности, обоснование преимуществ предлагаемых методов.

Заключение (2-3 страницы)

Библиографический список (3-4 страницы, не менее 50 источников, включая научные статьи за последние 5 лет, в том числе на иностранных языках и из журналов перечня ВАК, Scopus и/или WOS).

Приложения

Исходя из рекомендуемой структуры выпускной квалификационной работы, **объём текста** (без учёта приложений) **должен составлять 80-110 страниц.**

Количество библиографических источников (статей, монографий, периодических изданий, справочников, законодательных актов, Интернет-ресурсов) составляет минимум 60 позиций.

Ниже приведены примеры структуры ВКР на различные темы.

Тема: Имидж города и факторы определяющие его конкурентоспособность

Введение

Глава 1. Формирование имиджа территорий в региональном развитии субъектов РФ

1.1. Факторы определяющие конкурентоспособность региональных территорий: социологический и экономический подходы

1.2. Формирование и продвижение имиджа территорий в коммуникационной деятельности органов власти

1.3. Противоречивый образ российских провинциальных городов в глазах современников: содержание, факторы, способы воздействия

Глава 2. Имидж N-ска как отражение его привлекательности в глазах общественности

2.1. Социально-экономические, политические, социокультурные составляющие имиджа N-ска

2.2. Информационное обеспечение процесса формирования имиджа города

2.3. Оценка эффективности работы органов исполнительной власти по формированию имиджа N-ска

Заключение

Список литературы

Приложения

Тема: Коммуникационные стратегии в продвижении образовательных услуг вуза (на примере N-ского университета)

Введение

Глава 1. Сущность коммуникационных стратегий высшего учебного заведения как фактора повышения его конкурентоспособности и популярности

1.1. Классификация образовательных услуг и особенности их продвижения

1.2. Целевые аудитории и особенности потребления образовательных услуг

1.3. Коммуникационные стратегии в формировании востребованности образовательных услуг вуза

Глава 2. Образовательные услуги N-ского университета и их продвижение на рынке

2.1. Коммуникационная политика N-ского университета, её влияние на популярность вуза

2.2. Проект коммуникационной стратегии продвижения образовательных услуг N-ского университета средствами PR и рекламы

2.3. Конкурентоспособность N-ского университета на рынке образовательных услуг, пути её повышения

Заключение

Список литературы

Приложения

Тема: Стратегии корпоративных музеев в системе внутренних коммуникаций крупного промышленного предприятия (на примере музея компании N)

Введение

Глава 1. Специфика коммуникационных стратегий корпоративных музеев в

системе внутренних коммуникаций крупных промышленных компаний

1.1. Корпоративные музеи в системе внутренних коммуникаций компаний

1.2. Коммуникационный подход в современном музееведении и содержание коммуникационных стратегий корпоративных музеев

Глава 2. Анализ коммуникационных стратегий музея в системе корпоративных коммуникаций компании N

2.1. Характеристика коммуникаций и практик корпоративного музея

2.2. Проект коммуникационной стратегии корпоративного музея и оценка её эффективности

Глава 3. Пути совершенствования коммуникационных стратегий корпоративного музея N в системе внутренних коммуникаций

3.1. Тенденции совершенствования коммуникационного процесса в музее N

3.2. Оценка результативности коммуникации корпоративного музея в деятельности компании N

Заключение

Список литературы

Приложения

В следующем параграфе рассмотрим подобно содержанию каждого обязательного элемента ВКР.

2.4. Требования к содержанию выпускной квалификационной работы магистра

К непосредственному написанию выпускной квалификационной работы следует приступить только после детального ознакомления со своей темой, изучения литературы и Интернет-ресурсов, нормативных источников, сбора фактического материала, анализа результатов практической деятельности организации по исследуемой проблеме.

Рекомендуется начать написание работы с первой главы, однако не исключаются и другие варианты. Перед написанием главы необходимо иметь детальный план каждого её параграфа, в котором определяется круг вопросов, подлежащих

изложению, и их последовательность. Введение и заключение окончательно дорабатываются, когда вся работа уже выполнена.

Важнейшее требование, предъявляемое к написанию выпускной квалификационной работы магистра – самостоятельность. Содержание выпускной квалификационной работы ни в коем случае не должно быть простым пересказом или конспектированием одного-двух источников. Необходимо анализировать найденный и отобранный материал, сравнивать факты, сопоставлять позиции разных авторов, выделять основные положения, критически осмысливать, выражать своё отношение к изученному, формулировать собственные выводы и обобщения. Такого рода рассуждения автор ведёт, как правило, от первого лица множественного числа («мы полагаем», «как нам представляется», «по нашим наблюдениям» и т.п.), что подчеркивает руководство исследовательской деятельностью студента со стороны научного руководителя, который принимает непосредственное участие в развитии и выработке научной логики конкретной выпускной квалификационной работы.

Написание выпускной квалификационной работы носит творческий характер. Недопустимо дословное переписывание текста из книг, журналов и т.п. Творческая самостоятельность студента проявляется в умении найти самостоятельные аргументы в пользу отстаиваемой позиции на фоне различных точек зрения на рассматриваемое явление или положение. Способность проанализировать материалы практики и использовать результаты анализа для формулирования выводов и предложений по практическому применению результатов исследования позволит, в итоге, выполнить выпускную квалификационную работу на высоком, качественном уровне.

ВКР магистра должна содержать научные и практические рекомендации по совершенствованию рекламной или PR-деятельности той или иной организации. В зависимости от темы исследования должны быть представлены этапы разработки рекламного или PR-продукта, анализ целевой аудитории, обоснование выбора цвета, компоновки, носителей рекламы, мест размещения и других характеристик рекламного продукта, мероприятия рекламной или PR-кампании, медиаплан, рас-

чёт экономической и коммуникационной эффективности.

Как уже было сказано, выпускная квалификационная работа включает титульный лист, содержание (оглавление), введение, основную часть (*теоретическая, методическая и практическая (прикладная) главы*), заключение, список использованных источников и приложение. Каждая глава должна содержать краткие выводы.

Титульный лист оформляется по форме, установленной Приложением 4.

Задание на выполнение ВКР оформляется по форме, установленной Приложением 3.

Реферат – краткое изложение содержания ВКР, включающее основные фактические сведения и выводы. Общие требования к реферату изложены в ГОСТ Р 7.0.99-2018 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Реферат и аннотация. Общие требования».

Реферат ВКР выполняется на русском и английском языках (Приложение 5).

Реферат должен содержать:

- предмет, тему, цель ВКР;
- метод или методологию проведения ВКР;
- результаты ВКР;
- область применения результатов ВКР;
- выводы.

Реферат содержит основные результаты ВКР.

Объем текста реферата определяется содержанием документа – количеством сведений, их научной ценностью и/или практическим значением.

Объём текста реферата – от 1000 до 1500 печатных знаков.

Содержание включает наименование всех глав, разделов, подразделов, пунктов с указанием номеров страниц.

Введение

Во введении необходимо обосновать выбор темы, охарактеризовать современное состояние изучаемой проблемы, её актуальность, практическую и теоретическую значимость, степень разработанности данной проблемы в России и за

рубежом. Введение не должно быть меньше 4 – 5 страниц общего объёма работы.

Введение пишется на первом этапе работы, но его целесообразно доработать после выполнения основной части. Когда написан основной текст, более чётко вырисовываются актуальность темы, цели, задачи и собственные подходы к решению проблемы.

Введение должно содержать следующие элементы:

- Актуальность исследования;
- Цель исследования;
- Объект исследования;
- Предмет исследования;
- Задачи ВКР;
- Методологическая основа исследования;
- Степень научной разработанности проблемы;
- Научная новизна исследования;
- Результаты исследования (практическая значимость);
- Позиции, выносимые на защиту;
- Апробации результатов работы.

Обосновывается **актуальность выбранной темы** в контексте внесения вклада в теоретические и практические проблемы совершенствования рекламных и PR-технологий.

Актуальность исследования включает описание состояния исследуемых фактов и явлений, определение круга нерешенных, слабо освещённых и требующих уточнения или дальнейшей разработки вопросов. Это объяснение того, почему данная проблема является интересной, что в ней содержится нового, почему она важна для будущего профессионала в области рекламы и связей с общественностью.

Можно назвать два основных направления характеристики актуальности темы. Первое связано с неизученностью выбранной темы. В данном случае исследование актуально именно потому, что определенные аспекты темы изучены не в полной мере и проведенное исследование направлено на преодоление этого про-

бела. Второе направление характеристики актуальности связано с возможностью решения определенной практической задачи на основе полученных в исследовании данных.

Один из наиболее сложных моментов в работе над ВКР магистра – формулировка **проблемы исследования**. Проблема – это противоречие, которое требует разрешения. Как правило, оно заключается между знанием (например, значимость развития новых технологий рекламы и PR) и незнанием (например, использование новых технологий рекламы и PR в определенной области). Проблема определяет главное направление научного поиска.

Объект и предмет исследования. При проведении исследовательской работы объект и предмет исследования соотносятся между собой как целое и частное, общее и частности. **Объект исследования** – это то, на что направлен процесс познания (индивид, коллектив, общность людей, сфера деятельности и т.п.). Связь объекта и предмета легко запоминаются по формуле: «исследуем такой-то объект на предмет чего-то». Это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию, и избранное для изучения в целом. Всегда в объекте содержится предмет, а не наоборот. **Предмет исследования** – один из аспектов, часть рассматриваемого объекта (свойства, состояния, процессы, направления и особенности деятельности структур по связям с общественностью, их сотрудников в конкретных сферах общественных отношений и т.д.). Предмет исследования частично совпадает с названием работы и содержится в цели сразу после сказуемого («выявить... что?», «определить... что?», «сформировать... что?»). Например, объектом являются корпоративные коммуникации, а предметом исследования – конкретные средства, механизмы и способы их организации. Именно предмет исследования определяет тему выпускной квалификационной работы.

Цель исследования формулируется, исходя из проблемы, которую следует разрешить студенту в процессе выполнения выпускной квалификационной работы и представляет собой в самом сжатом виде тот результат (результаты), который должен быть получен в итоге исследования. Проблема – объективно возникающий в ходе развития познания вопрос или целостный комплекс вопросов, ре-

шение которых представляет существенный практический или теоретический интерес. Проблема выступает как осознание, констатация недостаточности достигнутого к данному моменту уровня знаний, что является либо следствием открытия новых фактов, связей, принципов, обнаружения логических изъянов существующих концепций или теорий, либо следствием появления новых запросов практики рекламы и связей с общественностью, которые требуют выхода за пределы уже полученных знаний, движения к новым знаниям. Формулировку цели рекомендуется начинать со слов: «сформировать/создать», «разработать», «провести», «подготовить».

Цель исследования – ожидаемый результат, т.е. решение практических задач и новые знания о рассматриваемом предмете исследования.

В соответствии с целью исследования, логически определяются *задачи работы* (должно быть не менее четырех задач, но не более шести задач). Задачи отражают поэтапное достижение цели, при этом уточняют границы проводимого исследования.

Рекомендуется формулировать задачи с глаголов в форме перечисления: «изучить...», «выявить...», «проанализировать...», «разработать...», «описать...» и т.п. Заголовки выпускной квалификационной работы должны отражать суть поставленной задачи. Первая задача может быть связана с выявлением, методологическим обоснованием сущности, природы и структуры исследуемого объекта, вторая – с анализом состояния исследуемого предмета, третья – с исследованиями (анкетирование, контент-анализ, интервью и т.д.), четвёртая – с результатами собственной деятельности, рекомендациями по усовершенствованию, оптимизации, эффективности практической стороны деятельности исследуемого предмета.

Общая направленность исследования задается до его начала сформулированными *гипотезами*, которыми могут быть:

- научное предположение, выдвигаемое для объяснения каких-либо факторов, явлений и процессов, которые надо подтвердить или опровергнуть (т.е. требующее верификации);
- вероятностное знание, научно обоснованная догадка по объяснению дей-

ствительности;

- прогноз ожидаемого решения проблемы, ответ на вопрос, поставленный в задаче;

- условно-категорическое умозаключение по схеме: «если..., то...», основными элементами которого являются условие (причина) и результат (следствие).

Гипотеза определяет главное направление научного поиска, она является основным методологическим инструментом, организующим весь процесс исследования.

К научной гипотезе предъявляются следующие два основных требования:

- а) гипотеза не должна содержать понятий, которые не уточнены;
- б) она должна быть проверяема при помощи имеющихся методик.

Гипотеза – это предполагаемое решение проблемы. В ходе исследования гипотезу проверяют и либо подтверждают, либо опровергают.

Теоретическая и методологическая база исследования. В теоретической базе необходимо перечислить источники, которые использовались для написания работы. Например: *«Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили исследования ...*

Практическая часть работы выполнялась на основании документов ... (перечисляются конкретные документы)»

или:

«При написании выпускной квалификационной работы использовалась работы отечественных и зарубежных специалистов... Для выполнения анализа в практической части были использованы материалы ...».

Можно также указать организацию, материалы которой используются при выполнении ВКР.

Методологическая база исследования должна содержать указание на методы и подходы, на которых основывается данная выпускная квалификационная работа.

Среди методов исследования обучающемуся необходимо обратить внимание на общенаучные методы, включающие эмпирические (наблюдение, эксперимент,

сравнение, описание, измерение), теоретические (формализация, аксиоматический, гипотетико-дедуктивный, восхождение от абстрактного к конкретному) и общелогические (анализ, абстрагирование, обобщение, идеализация, индукция, аналогия, моделирование и др.) методы.

Безусловно, назвать конкретно-научные (частные) методы научного познания, представляющие собой специфические методы конкретных наук – экономики, социологии, психологии, политологии, логики и др.

Степень научной разработанности проблемы – состояние теоретической разработанности проблемы, анализ работ отечественных и зарубежных авторов, исследующих эту проблему. Здесь важно подчеркнуть исторические, экономические, политические и профессиональные явления, повлиявшие на выбор темы. Также в данной части введения проводится критический обзор современного состояния и освещения исследуемой темы в научной, профессиональной литературе и СМИ, обобщаются и оцениваются точки зрения различных авторов по теме исследования. Степень научной разработанности темы исследования позволяет продемонстрировать осведомленность о выбранном научном направлении и знание подходов, которые были разработаны исследователями по данной проблематике. Требования к обзору литературы предполагают не только цитирование источников или пересказ авторской концепции, но и логику изложения материала, т.е. соответствие выбранной теме, целям и задачам исследования.

Данный раздел введения должен носить глубокий аналитический характер и включать в себя анализ классических трудов по рассматриваемой проблематике, анализ самых последних публикаций по данной тематике, включая публикации профессорско-преподавательского коллектива ВШМиСО (объем – 3-4 страницы текста).

Научная новизна выявляется в результате анализа литературных источников, уточнения концептуальных положений, обобщения опыта решения подобных проблем. Это принципиально новое знание, полученное в науке в ходе проведенного исследования (теоретические положения, впервые сформулированные и обоснованные, собственные методические рекомендации, которые можно исполь-

зовать в практике).

Научная новизна выпускной квалификационной работы может состоять:

- в изучении фактов и явлений с помощью специальных научных методов и междисциплинарных подходов;
- в изучении уже известного в науке явления на новом экспериментальном материале;
- в переходе от качественного описания известных в науке фактов к их точно определяемой количественной характеристике;
- в изучении известных в науке явлений и процессов более совершенными методами;
- в сопоставлении, сравнительном анализе протекания процессов и явлений;
- в изменении условий протекания изучаемых процессов;
- в уточнении категориального аппарата дисциплины, определение типологии, признаков, специфики изучаемого явления.

Практическая значимость подробно отражается в практических рекомендациях или разработанном автором выпускной квалификационной работы проекте (как основная часть выпускной квалификационной работы), а также в выявлении важности решения избранной проблемы для будущей деятельности магистра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Практическая значимость выпускной квалификационной работы может заключаться в возможности:

- решения той или иной практической задачи в сфере рекламы или связей с общественностью предприятия;
- проведения дальнейших научных исследований по теме ВКР;
- использования полученных данных в процессе подготовки тех или иных рекламных и PR-мероприятий, кампаний;
- разработки конкретного проекта, направленного на интенсификацию работы по рекламе и связям с общественностью исследуемой организации, предприятия и т.д.;
- подготовке рекламного продукта.

Информация о результатах, выносимых на защиту, включает перечень того, что по сути относится к итогу выполненного исследования.

Апробация результатов исследования включает:

- участие в конференции, семинарах и т.д.;
- публикации по теме выпускной квалификационной работы;
- применение результатов исследования в практической области;
- разработку и внедрение конкретного проекта.

Здесь должны быть указаны выступления на научных конференциях, симпозиумах, форумах и т.п., а также даны ссылки на публикации студента, включенные в список использованных источников.

В силу ограниченности объёма необходимо очень тщательно подойти к написанию введения, которое должно стать «визитной карточкой», кратко, но ёмко характеризующей работу. Во введение не включают схемы, таблицы, описания, рекомендации и т.п.

Основная часть

В основную часть входят главы, в которых излагаются ход и результаты исследования, делаются выводы по результатам работы.

Это собственно исследовательские и «практические» (прикладные) главы, в них излагаются ход и результаты исследования, делаются выводы по результатам научных проблем.

Количество глав, как уже упоминалось в предыдущем параграфе, зависит от типа ВКР.

Каждая глава (раздел) должна соответствовать общей цели работы и соответствующей задаче, которые определены автором во введении. Между главами (разделами) должна быть логическая связь.

Все главы (разделы) и параграфы (подразделы) ВКР должны быть связаны между собой. Для этой связи рекомендуется использовать прием заключительного перехода, который состоит в формулировке кратких выводов по материалу, изложенному в данной главе (разделе), и аннотации следующей части работы.

Например:

Таким образом, / Итак, в данной главе (разделе) мы рассмотрели / мы пришли к выводу, что

В следующей главе (разделе)/ В следующей части работы / Далее мы рассмотрим / проанализируем

Для того чтобы показать состояние, динамику и тенденции развития изучаемой сферы, отрасли, предприятия, необходимо подобрать соответствующий статистический материал.

Используя цифровые данные, целесообразно обработать и свести их в таблицы, диаграммы или другие виды представления информации. Таблицы, графики, диаграммы являются важной частью работы, поэтому желательно помещать их в текст, делая соответствующие комментарии и выводы. Наиболее громоздкие из них, но важные для раскрытия содержания работы, следует размещать в приложениях.

Основными источниками статистических материалов являются статистические сборники, обзоры, периодические издания, материалы официальной отчетности организаций, соответствующие официальные сайты в сети Интернет, фактические данные организаций (предприятий). Обязательно указывается источник первичной статистической информации, дается его полная аннотация с указанием года издания, страницы и т.п.

В работе могут быть приведены примеры, отражающие особенности применения различных методов расчета и методик определения показателей. При написании выпускных квалификационных работ по тематике, связанной с анализом и аудитом, исследуются вопросы их организации и методики проведения.

Первая глава выпускной квалификационной работы посвящается теоретическим вопросам избранной темы. В ней, на основе *обзора литературы*, систематизируются и анализируются позиции российских и зарубежных ученых, аргументируется собственная точка зрения относительно понятий, проблем, определений. Эта глава содержит постановку проблемы, теоретико-аналитические изыскания, собственные выводы и положения. При рассмотрении теоретических вопросов необходимо использование статистического материала, что позволяет

наглядно доказывать то или иное высказывание автора или предлагаемые им решения. Вопросы теории излагают во взаимосвязи и для обоснования дальнейшего исследования проблемы в практической части работы.

Таким образом, в первой главе будет содержаться обзор всех основных положений, анализ закономерностей и подходов к рассматриваемым в выпускной квалификационной работе проблемам, которые можно найти в соответствующей специальной литературе. Итогом теоретической главы должна стать осознанная картина того, что студент собирается исследовать в аналитической и практической частях своей работы и с помощью какого инструментария. В конце теоретической главы логично поместить выводы о том, как решается изучаемая проблема в современной науке и практике.

Недопустимо называть главу буквально – «Теоретическая часть исследования». В теоретической главе важно описать имеющиеся различные точки зрения на проблему, заявленную в исследовании. Собственный научный подход, который разделяет автор выпускной квалификационной работы, подразумевает анализ иных подходов. Однако недостаточно лишь конспективно изложить точки зрения специалистов по рассматриваемому вопросу. Необходимо провести их сравнение, показать, описать, в чём эти точки зрения сходятся, а в чём нет. Также в теоретической главе необходимо «остановиться» на той точке зрения, которая, по мнению автора, наиболее соответствует теме вашей работы и той сфере общественной жизни, которая затрагивается. Теоретическая глава демонстрирует осведомленность автора по истории вопроса и демонстрирует его профессиональную компетентность.

Особой формой фактического материала являются заимствованные утверждения – цитаты, содержащиеся в различных источниках, которые используются для того, чтобы без искажений передать мысль автора первоисточника, для идентификации взглядов при сопоставлении различных точек зрения и т.д.

Теоретическая глава (главы) должна содержать выводы, которые являются логическим переходом к следующим частям выпускной квалификационной работы. Так, например, выводы по теоретической главе дают представление о том, ка-

кую точку зрения автор выпускной квалификационной работы выбирает в качестве основной для применения ее к исследовательским главам.

Вторая глава – аналитическая часть работы – содержит, главным образом, собранный студентом материал. Данная глава показывает, как автор умеет самостоятельно собирать, описывать, классифицировать эмпирический материал и делать выводы; насколько он умеет проектировать, планировать, творчески решать практические задачи в сфере рекламы и связей с общественностью. Эта часть работы непременно должна содержать качественные и количественные показатели, что наглядно представляется в виде созданных диаграмм и графиков по исследуемой проблеме. Исследовательская часть позволяет оценить креативность при решении проблемы и технологию подачи материала: таблицы, схемы, рисунки, приложения.

Аналитическая глава выполняется на основе всестороннего изучения и анализа фактического материала по исследуемой теме с использованием материалов преддипломной практики и может включать:

- характеристику предприятия и/или отрасли, организационно-экономический анализ предприятия (организационная структура, ассортимент выпускаемой продукции, финансовые характеристики, анализ маркетинговой и коммуникационной деятельности предприятия;
- характеристика товаров (продуктов, услуг, работ, технологий), персоны;
- направления и характер деятельности предприятия, организации, структуры, принадлежность к определенной сфере общественных отношений;
- анализ конкурентной среды, в том числе SWOT-анализ;
- коммуникационный аудит организации;
- маркетинговое и социологическое исследование (опрос, интервью), характеризующее изучаемые факторы, явления и др.;
- социально-психологический портрет коллектива, его состав, структуру, профессиональный уровень сотрудников;
- социально-политические, экономические, материально-технические и другие факторы, определяющие эффективность деятельности исследуемой организа-

ции и т.п.;

- формирование ряда обоснованных практических рекомендаций или создание собственного рекламного или PR-проекта.

Характеризуя объект, необходимо акцентировать внимание на те его стороны, выявлять те его особенности, которые имеют отношение к теме выпускной квалификационной работы. Анализ организационных сторон объекта проводится по тем вопросам, которые непосредственно связаны с темой выпускной квалификационной работы (по заданию научного руководителя).

Анализ должен выявить недостатки в работе организации, неиспользованные резервы и наметить направления повышения эффективности рекламной и PR-деятельности.

Третья глава (при наличии). В этой главе студенту следует сформулировать рекомендации на основе аналитической главы, предложить пути совершенствования, развития, оценить эффективность предлагаемых мероприятий. По результатам анализа разрабатываются предложения, рекомендации по совершенствованию функционирования исследуемой организации, и, прежде всего, с позиций усиления места и роли, эффективности деятельности структур, специалистов по рекламе и связям с общественностью. Практическая часть работы может включать:

- разработку модели совершенствования управления исследуемыми процессами;
- разработку коммуникационного продукта;
- составление плана мероприятий, описание хода проекта, расчёт бюджета, оценка общей эффективности;
- обоснование преимуществ предлагаемых методов;
- обоснование экономической и коммуникационной эффективности предлагаемых мероприятий.

Данная часть работы представляет собой разработанный автором проект – комплекс взаимосвязанных проектных элементов: оптимальная модель (обобщенный алгоритм) решения проблемы в рамках темы ВКР; критерии оценки эффек-

тивности внедрения – социально-экономической, психологической, коммуникативной, социальной; сценарии специальных мероприятий и бюджет их реализации; перспективы решения проблемы и подходы к осуществлению обратной связи. Автор ВКР должен не только разработать пути решения поставленной проблемы, но и подсчитать возможный эффект от реализации предложений. Для этого необходимо предложить методику оценки эффективности авторских рекомендаций.

В данном разделе целесообразно выделить следующие блоки: организационно-экономическая проработка предложений; пути и условия их реализации; обоснование эффективности предложенных мероприятий, рекомендаций по их внедрению.

В первом блоке должны быть сформулированы логически обоснованные предложения по проведению конкретных коммуникационных мероприятий, рекламных кампаний, кампаний по связям с общественностью, PR-акций информационно-коммуникативного, рекламно-информационного, культурно-просветительского, информационно-социального характера. По каждому мероприятию должно быть подробно изложено его содержание и выполнены необходимые организационно-плановые расчёты, связанные с его реализацией.

Во втором блоке должны быть раскрыты технологии проведения предлагаемых мероприятий, показаны пути повышения эффективности деятельности организации, структурных подразделений, специалистов по рекламе и связям с общественностью. С этой целью студент разрабатывает и реализует 2 – 3 мероприятия по комплексному информационному и организационному сопровождению деятельности организации.

В третьем блоке должны быть выполнены исследования по обоснованию эффективности предложенных в ВКР мероприятий, описаны методики и технологии их реализации, на основе которых они могут быть рекомендованы к внедрению.

Помимо этого, в этом блоке должны содержаться, например, конкретные разработки автора выпускной квалификационной работы, касающиеся практиче-

ского внедрения предложенных автором рекомендаций, или конкретные проекты, разработанные автором для интенсификации рекламной и PR-деятельности исследуемой организации, предложен медиаплан, составлен бюджет и проведена экономическая и коммуникативная оценка эффективности рекламной кампании. Способы анализа эффективности рекламной и PR-кампании, проекта, специальных мероприятий представлены в Приложении 9.

В реализации задач практического раздела автор должен показать знания нормативной базы деятельности структур по связям с общественностью, СМИ, рекламной деятельности, раскрыть направления деятельности, решаемые задачи, а также показать навыки и умения применять основные методы проведения качественных и количественных социологических исследований, методику ведения мониторинга СМИ, анализа статистической информации, формирования и использования собственной базы данных организации, методы сбора и обработки информации с применением современных технических средств и компьютерных технологий.

Обязательной частью выпускной квалификационной работы являются иллюстративные материалы (чертежи, схемы, графики, таблицы, диаграммы, фотографии и т.п.), характеризующие основные выводы и предложения. Наиболее важные из них могут быть выполнены в виде плакатов, чертежей, фотографий, слайдов и использованы при защите выпускной квалификационной работы (причём, не менее пяти наименований иллюстративного материала).

Для проверки научному руководителю работа представляется, как правило, по главам в соответствии с заранее составленным графиком. Главу рекомендуется дорабатывать после её проверки. Если она не требует принципиальной переработки, то дополнения и исправления можно сделать при написании чистового варианта.

Заключение (4 – 5 страниц) содержит выводы по результатам работы, предложения и рекомендации.

Здесь не следует размещать новые положения или развивать не вытекающие из содержания работы идеи. Выводы представляют собой результат теоретиче-

ского осмысления и практической оценки исследуемой проблемы, с указанием как отрицательных, так и положительных моментов. Они являются обоснованием для определения необходимости и целесообразности проведения рекомендуемых студентом мероприятий. **Количество общих выводов должно вытекать из количества задач, сформулированных во введении выпускной квалификационной работы.**

Предложения и рекомендации должны быть органически увязаны с выводами и направлены на улучшение функционирования исследуемого объекта. При разработке предложений и рекомендаций обращается внимание на их обоснованность, реальность и практическую приемлемость.

Рекомендуется писать заключение в виде тезисов.

Список использованных источников является обязательной частью выпускной квалификационной работы. В него включаются все использованные в работе литературные источники и Интернет-ресурсы.

Список использованных источников оформляется в алфавитном порядке. Сначала указываются источники на русском языке (в алфавитном порядке), затем – источники на иностранных языках (в алфавитном порядке).

В **приложения** выносятся дополнительные и (или) справочные материалы, необходимые для более полного освещения темы ВКР. По содержанию приложения могут быть очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, чертежи и пр.

В приложения следует включать вспомогательный материал, который при включении в основную часть «загромождает» текст (таблицы вспомогательных цифровых данных, анкеты, инструкции, методики, промежуточные расчеты и т.п.).

Приложения располагаются в порядке появления ссылок в тексте основных разделов. Каждое приложение начинается с новой страницы, в правом верхнем углу пишут слово «Приложение» с соответствующим порядковым номером. Каждое приложение должно иметь содержательный тематический заголовок. Объём

приложений не ограничен и не включается в общий объем страниц ВКР.

В том случае, если приложения разрабатывались лично студентом, следует указать авторский вклад; если были использованы материалы других авторов, необходимо указать источник, откуда они были заимствованы.

Приложения представляются строго в той последовательности, в какой они рассматриваются в тексте. Каждое приложение должно иметь заголовок, раскрывающий его содержание.

В приложения нельзя включать список использованных источников, вспомогательные указатели всех видов, справочные комментарии и примечания, которые являются не приложениями к основному тексту, а элементами справочно-сопроводительного аппарата работы, помогающими пользоваться её основным текстом. Приложения оформляются как продолжение выпускной квалификационной работы на последних её страницах и имеют сквозную нумерацию.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и иметь тематический заголовок. При наличии в работе более одного приложения их следует пронумеровать арабскими цифрами без знака №. Каждое приложение обычно имеет самостоятельное значение и может использоваться независимо от основного текста.

Приложения вносятся в «Содержание» ВКР в виде самостоятельных рубрик с полным названием каждого приложения.

2.5. Требования к стилю изложения в выпускной квалификационной работе магистра

Языку и стилю изложения следует уделять самое серьезное внимание, именно языково-стилистическая культура ВКР наиболее объективно позволяет судить о сформированности универсальных и общекультурных компетенций ее автора.

В ВКР необходимо придерживаться научного стиля, принятой в данной области терминологии, обозначений, условных сокращений и символов. В тексте ВКР не допускается подмена научной и профессиональной терминологии медийными и повседневными клише, жаргонизмами, в том числе и профессиональными

жаргонизмами. Не допускается использования эмоциональных конструктов, постановки риторических вопросов. Текст должен фокусироваться на сути излагаемой проблемы, аргументация должна быть ясной и точной, без использования условного наклонения.

Научный текст характеризуется тем, что в него включаются только точные, полученные в результате длительных наблюдений и научных экспериментов сведения и факты. Это обуславливает точность словесного выражения фактов с использованием специальной терминологии.

Наиболее характерной особенностью языка письменной научной речи является формально-логический способ изложения материала. Это находит свое выражение во всей системе речевых средств. Научное изложение состоит главным образом из рассуждений, целью которых является доказательство истин, выявленных в результате исследования фактов действительности.

Текст ВКР должен быть, кратким, чётким и не допускать различных толкований. При изложении обязательных требований в тексте должны применяться слова «должен», «следует», «необходимо», «требуется, чтобы», «разрешается только», «не допускается», «запрещается», «не следует». При изложении других положений следует применять слова «могут быть», «как правило», «при необходимости», «может быть», «в случае» и т.д. При этом допускается использовать повествовательную форму изложения текста документа, например «применяют», «указывают» и т.п.

В тексте ВКР должны применяться научно-технические термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами, а при их отсутствии – общепринятые в научно-технической литературе.

В тексте не допускается:

- а) применять обороты разговорной речи, сленговые выражения и профессионализмы;
- б) применять для одного и того же понятия различные научно-технические термины, близкие по смыслу (синонимы), а также иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке;

в) применять произвольные словообразования;

г) применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии, соответствующими государственными стандартами;

д) сокращать обозначения единиц физических величин, если они употребляются без цифр, за исключением единиц физических величин в головках и боковиках таблиц и в расшифровках буквенных обозначений, входящих в формулы и рисунки.

В тексте ВКР, за исключением формул, таблиц и рисунков, не допускается применять математические знаки без цифровых величин. Например, минус (–), плюс (+), $>$ (больше), $<$ (меньше), $=$ (равно), $\geq$ (больше или равно), $\leq$ (меньше или равно), $\neq$ (не равно), а также знаки № (номер), % (процент).

Если в тексте принята особая система сокращения слов или наименований, то в нем должен быть приведен перечень принятых сокращений. Условные буквенные обозначения, изображения или знаки должны соответствовать государственным стандартам. При необходимости применения условных обозначений, изображений или знаков, не установленных действующими стандартами, их следует пояснять в тексте или в перечне обозначений.

В тексте следует применять стандартизованные единицы физических величин, их наименования и обозначения в соответствии с действующим ГОСТ. Применение в одном тексте разных систем обозначения физических величин не допускается.

В тексте пояснительной записки числовые значения величин с обозначением единиц физических величин и единиц счёта следует писать цифрами, а числа без обозначения единиц физических величин и единиц счёта от единицы до девяти – словами. Например, «продолжительность пресс-конференции – 45 мин.»; «провести контент-анализ пяти сайтов предприятий».

Для научного текста характерна смысловая законченность, целостность и связность. Для облегчения работы магистрантов ниже в таблице приведены речевые клише, которые в научных произведениях используются как средства связи между предложениями.

Рекомендуемые к использованию в научных текстах речевые клише

Речевая функция	Лексические средства
Причина и следствие, условие и следствие	(и) поэтому, потому, так как Поскольку Отсюда (откуда) следует Вследствие В результате В силу (ввиду) этого В зависимости от В связи с этим, Согласно этому В таком (в этом) случае В этих (при таких же) условиях (а) если же..., то... Что свидетельствует (указывает, говорит, соответствует, дает возможность, позволяет, способствует, имеет значение)
Временная соотнесенность и порядок изложения	Сначала, прежде всего, в первую очередь Первым (последующим, предшествующим) шагом Одновременно, в то же время, здесь же Наряду с этим Предварительно, ранее, выше Ещё раз, вновь, снова Затем, далее, потом, ниже В дальнейшем, в последующем, впоследствии
Сопоставление и противопоставление	Однако, но, а, же Как..., так и ..., так же, как и Не только, но и ... По сравнению, если..., то... В отличие, в противоположность, наоборот, Аналогично, также, таким же образом С одной стороны, с другой стороны В то время, как, между тем, вместе с тем Тем не менее
Дополнение и уточнение	Также и, причем, при этом, вместе с тем Кроме (сверх, более) того Главным образом, особенно
Ссылка на предыдущее или последующее высказывание	Тем более, что... В том числе, в случае, то есть, а именно Как было сказано (показано, упомянуто, отмечено, установлено, получено, обнаружено,

	найдено) Как говорилось (указывалось, отмечалось, подчеркивалось) выше Согласно (сообразно, соответственно) этому В соответствии с этим, в связи с этим В связи с вышеизложенным Данный, названный, рассматриваемый, указанный Такой, такой же, подобный, аналогичный, сходный, подобного рода, подобного типа Следующий, последующий, некоторый Многие (одни, некоторые) из них Большая часть, большинство
Обобщение, вывод	Таким образом, итак, следовательно В результате, в итоге, в конечном счете Отсюда (из этого) следует (вытекает) Это позволит сделать вывод (сводится к следующему, свидетельствует) Наконец, в заключение
Иллюстрация сказанного	Например, так, в качестве примера Примером может служить Такой пример О чём можно судить, что очевидно
Введение новой информации	Рассмотрим следующие случаи Остановимся подробно на... Приведем несколько примеров Основные преимущества этого метода... Некоторые дополнительные замечания... Несколько слов о перспективах исследования

В целом стиль исследования должен быть строго научным.

Общими требованиями к написанию научной работы являются точность и ясность языка, исключающие возможность субъективного толкования, предельная чёткость мысли, логическая последовательность и аргументированность.

Качество ВКР значительно повышается, если она содержит иллюстративный материал (схемы, карты, диаграммы, таблицы и т.п.), который может быть размещен как в основном тексте, так и в приложении к работе.

При написании выпускной квалификационной работы необходимо соблюдать четкость построения и логическую последовательность изложения материала. Формулировки должны быть краткими и конкретными, аргументация – убедительной.

тельной. Ведя полемику, следует приводить различные точки зрения в виде цитат, подтверждающих ту или иную позицию. Polemika должна быть уважительной и корректной.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ МАГИСТРА

Оформление ВКР магистра осуществляется по единому образцу.

Содержание ВКР магистра набирается на компьютере и печатается на бумаге **формата А4**. Рекомендуется шрифт типа Times New Roman, кегль **14**, через **1,5** интервала и с полями: *левое* – 30 мм, *правое* – 10 мм, *верхнее* и *нижнее* – 20 мм. **Печать односторонняя**. Текст должен быть выровнен по ширине страницы, в нем должны быть сделаны переносы (переносы не допускаются только в заглавиях).

Нумерация страниц – вверху страницы справа на уровне 10 мм от края листа арабскими цифрами.

Электронная версия ВКР на диске выполняется в формате Word с расширением «.rtf» и в формате «.pdf», для сдачи в библиотеку СПбПУ. Наименование файла для ВКР магистров должно быть следующим: dmnn_xxxxx, где nn – год выполнения работы, например, : dm21_xxxxx.

Вместо кода «xxxxx» указываются пять первых букв фамилии студента на английском языке.

Все материалы сдаются секретарю ВШ, который на титульном листе ВКР делает отметку о сдаче электронной версии ВКР.

Паблик рилейшнз – обозначается *PR* (только английская аббревиатура термина – Public Relations), русскую аббревиатуру *ПР* – не использовать.

Сноска (подстрочная ссылка) – это дополнительный текст, который помещается под основным текстом на границе нижнего поля и отделяется от него чертой.

Сноска может содержать пояснения к основному тексту, перевод с иностранного языка.

Для подстрочных ссылок используется текстовый редактор Microsoft Word. Необходимо установить курсор в то место, где нужна сноска, выбрать меню «Ссылки» – «Вставить сноску». Номер сноски обозначается арабской цифрой без скобок и точек. Нумерация сносок постраничная.

Текст подстрочной ссылки оформляется с абзаца через одинарный интервал. Допускается уменьшение шрифта текста подстрочной ссылки до 12 пт.

Введение, основную часть, заключение, список использованных источников и приложения начинают с новой страницы. Внутри основной части главы (разделы) печатаются подряд.

3.1. Порядок оформления выпускной квалификационной работы магистра

3.1.1. Выпускная квалификационная работа (ВКР) магистра начинается с ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА, далее следует ЗАДАНИЕ.

3.1.2. Файл «Задание» распечатывается *на одном листе* (на лицевой и оборотной сторонах), заполняется и подписывается научным руководителем и студентом, а затем утверждается директором ВШМиСО. Бланк задания всегда *подшивается* после титульного листа и не нумеруется.

3.1.3. Далее *подшивается* РЕФЕРАТ. Страница на реферате не указывается, но считается. Перечисляются заглавными буквами через запятую ключевые слова и/или словосочетания (от 5 до 15 слов в именительном падеже). Далее с абзаца оформляют сам текст реферата (краткое описание работы).

3.1.4. За рефератом следует СОДЕРЖАНИЕ.

Название рубрик «Титульный лист», «Задание», «Реферат» и «Содержание» в часть «Содержание» не включают. Поскольку титульный лист имеет нумерацию 1, задание – 2, реферат – 3, которая не проставляется, лист с *Содержанием* имеет нумерацию 4.

Название главы (раздела) с номером страницы, на котором она начинается, соединяют отточием заканчивающимся примерно за один сантиметр до номера страницы. Номера страниц ставят таким образом, чтобы единицы находились под

единицами, а десятки под десятками и т.д. Отточие не ставят, если помещается менее трёх точек.

Названия составных частей содержания приводятся в точном соответствии с названиями этих частей в тексте ВКР.

При оформлении «Содержания» удобно воспользоваться таблицей, состоящей из двух граф (так как в этом случае номера страниц будут располагаться у правого поля единицы под единицами, десятки под десятками и т.д.), а затем скрыть сетку. Номер страницы пишут на уровне последней строки названия.

Само слово **СОДЕРЖАНИЕ** пишется заглавными буквами, полужирным шрифтом, кегль 14, центрованным способом на границе верхнего поля. Затем отступают удвоенный интервал (пропущенная строка) и печатают само содержание. Отдельные элементы содержания отделяют друг от друга полуторным интервалом, а внутри одного элемента – одинарным интервалом.

Название рубрик «Введение», «Заключение», «Список использованной литературы» («Список использованных источников»), «Приложение» пишут от левого поля. Рубрики (названия разделов/глав) оформляют одним из двух способов. Первый способ – первую строку элемента названия оформляют от левого поля, а последующие – с абзацного отступа через одинарный интервал. Второй способ – первую строку элемента названия оформляют с абзаца, а последующие – от левого поля через одинарный интервал. Выбор способа зависит от длины заголовков. Если большинство заголовков длинные (две и более строки), то предпочтительнее второй способ.

3.1.5. Потом следует ВВЕДЕНИЕ.

3.1.6. ТЕКСТ *основной части работы* следует делить на главы (разделы), параграфы (подразделы), подпараграфы (пункты). Рекомендуется выбрать один из вариантов деления и соблюдать выбранное деление (т.е. названия) на протяжении всего текста работы.

Главы (разделы) должны иметь порядковую нумерацию в пределах всей работы и обозначаться арабскими цифрами с точкой в конце. Введение, заключение и список использованной литературы (использованных источников) не нумеруют.

Параграфы (подразделы) и подпараграфы (пункты) нумеруют арабскими цифрами в пределах каждой главы (раздела), например: **2.1.3.** (третий подпараграф первого параграфа второй главы или третий пункт первого подраздела второго раздела).

В тексте работы необходимо расставить переносы (для этого использовать опцию: автоматическая расстановка переносов) и только затем выравнивать текст по ширине.

Заголовки глав (разделов) располагают на отдельной строке и выделяют увеличенным интервалом. Их оформляют одним способом на протяжении всей работы, чаще всего центрованным способом прописными буквами (аналогично «Содержанию», «Введению»).

Переносы слов в заголовках не допускаются. Точки в конце заголовков не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Если заголовок большой, то его делят на смысловые строки таким образом, чтобы строка не заканчивалась союзом или предлогом.

Заголовки разного уровня (глава – параграф – подпараграф, раздел – подраздел – пункт) оформляются разными способами с изменением выделения.

Например:

**ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОБОСНОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
PR-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА
РАБОТОДАТЕЛЯ НА РЫНКЕ ТРУДА**

**1.1. Использование PR-технологий для формирования и продвижения бренда
компании на рынке труда**

1.1.1. Понятие бренда работодателя и его характеристика

В тексте квалификационной работы не допускается:

- применять для одного и того же понятия различные научно-технические термины и обозначения или использовать один термин для обозначения разных понятий;
- сокращать наименования физических величин, если они употребляются без цифр (исключение: головка и боковик таблицы);

– использовать математические знаки « $\neq$ », « $\leq$ », « $\geq$ », « $\pm$ » и т.д., а также «%» без чисел для сокращения словесных формулировок;

– применять индексы стандартов «ГОСТ», «ОСТ», «ИСО» и т.п. без регистрационного номера.

3.1.7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ оформляется с новой страницы.

3.1.8. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Список использованных источников нумеруют и оформляют одним из двух способов:

1. Первая строка – с абзаца, последующие строки – от границы левого поля.

Например:

Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016. – 520 с.

2. Первая строка – от границы левого поля, последующие строки – с абзаца.

Например:

Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016. – 520 с.

Для каждого источника существует набор обязательных элементов библиографического описания.

Набор элементов библиографического описания отдельного издания на бумажном носителе:

- заголовок (*фамилия, инициалы автора*);
- заглавие (*название источника*);
- сведения, относящиеся к заглавию (*учебник, учебное пособие, методическое пособие, словарь и т.п.*);
- сведения об ответственности (*информация о редакторах, составителях, переводчиках и т.п.*);

- сведения об издании (*переработанное, дополненное и т.п.*);
- место издания (*город, где издан данный источник*);
- издательство;
- год издания;
- объём (*количество страниц*).

Набор элементов библиографического описания статьи из журнала (газеты):

- фамилия, инициалы автора;
- название статьи;
- название журнала (газеты);
- год издания журнала (газеты);
- номер журнала (дата выхода номера газеты);
- страницы, на которых расположена статья.

Набор элементов библиографического описания электронного ресурса:

- фамилия, инициалы автора;
- название статьи;
- общее обозначение материала (*электронный ресурс*) – в случае, если список

использованных источников состоит из источников различных видов;

- название портала;
- адрес сайта;
- дата обращения.

Примеры описания источников информации приведены в Приложении 10.

Ссылка на использованный источник оформляется порядковым номером источника по списку, выделенным квадратными скобками.

Например: [3].

При цитировании, заимствовании статистических материалов, ссылке на рисунок, диаграмму и т.п. источника на бумажном носителе в ссылке можно указать номера страниц.

Например: [3, с.75].

Гиперссылки в списке использованных источников должны быть убраны.

3.1.9. ПРИЛОЖЕНИЯ. Каждое приложение оформляется с новой страницы,

которые должны быть отражены в Содержании.

Файлы «Отзыв» и «Рецензия» распечатываются и *просто вкладывается* в ВКР магистра.

3.2. Правила оформления таблиц, графического материала, формул

Таблицы размещают после первого упоминания так, чтобы их было удобно читать без поворота работы или с поворотом по часовой стрелке. Таблица имеет нумерационный заголовок (например, Таблица 3.1), который оформляют у правого поля. Он состоит из слова «Таблица» и порядкового номера таблицы без символа номер и точки в конце. Номер таблицы соответствует номеру раздела (если в разделе несколько таблиц, то нумерационный заголовок включает номер раздела и порядковый номер таблицы в этом разделе). Если в квалификационной работе одна таблица, то её не нумеруют и слово «Таблица» не пишут. Таблица должна иметь тематический заголовок, который печатают с заглавной буквы строчными и оформляют ниже нумерационного заголовка. Сама таблица имеет головку таблицы (заголовки и подзаголовки граф), боковик (заголовки строк) и графы (колонки).

Пример построения таблицы.

Таблица 1.1

Тематический заголовок таблицы

Заголовок боковика	Заголовок граф		Заголовок графы
	подзаголовок	подзаголовок	
Боковик (заголовки строк)			

Если таблица не помещается на одном листе и её необходимо перенести на другой лист, то под головкой таблицы делают нумерационную шкалу, которую затем дублируют на следующих страницах после слов «Продолжение табл.1.1» или «Окончание табл.1.1». Если в работе одна таблица, то при её переносе пишут слово «Продолжение» или «Окончание».

Таблица 1.1

Заголовок таблицы

Заголовок боковика	Заголовок граф		Заголовок графы
	подзаголовок	подзаголовок	
1	2	3	4
Боковик (заголовки строк)			

Продолжение табл.1.1

1	2	3	4
Боковик (заголовки строк)			

Заголовки граф таблиц начинают с заглавных букв, подзаголовки – со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком, или же с заглавных, если они самостоятельные.

Если все показатели, приведенные в таблице, выражены в одной и той же единице физической величины, то её обозначение помещают над таблицей после тематического заголовка через запятую. Обозначение единицы физической величины, общей для всех данных в строке или в графе, указывают в соответствующей строке боковика или в заголовке графы.

В том случае, если заголовок боковика занимает несколько строк, эти строки оформляют через одинарный интервал. Разные заголовки боковика отделяют друг от друга полуторным интервалом.

Нумерационный и тематический заголовки таблицы оформляют кеглем 12. Содержание таблицы оформляют кеглем 12 (кегль 10 допускается только в исключительных случаях при большом объёме таблицы).

Таблицы большого объема рекомендуется выносить в приложение (ссылка в тексте в этом случае дается на приложение).

На все таблицы должны быть ссылки в тексте, например: «... в табл.1.2» или «... (Табл.1.2).». Слово «Таблица» пишут полностью, если таблица не имеет номера. При повторной ссылке на одну и ту же таблицу указывают сокращенно слово «смотри», например: (см. табл.2.3).

Существуют различные варианты оформления ссылок на источники, использованные при создании таблицы.

1. Если таблица полностью взята из какого-либо источника, то ссылку на источник указывают в квадратных скобках после тематического заголовка или под таблицей. Например:

Таблица 1.1

Динамика экономического роста в США в 1990 – 2007 гг. [13, с.43]

или:

Таблица 1.1

Динамика экономического роста в США в 1990 – 2007 гг.

Источник: [13, с.43].

2. Если данные какой-либо графы взяты из одного источника, то ссылку дают в заголовке графы.

3. Если таблица составлена автором самостоятельно, то ссылку дают под таблицей в виде: «Составлено по: [14].».

4. Если таблица частично взята из источника, а частично рассчитана самим автором, то целесообразно дать ссылку под таблицей в следующем виде: «Составлено и рассчитано по: [14, с.21]; [16].».

5. Если таблица рассчитана автором самостоятельно, то ссылку дают под таблицей в виде: «Рассчитано по: [14].».

При оформлении ссылки под таблицей её пишут с абзаца.

От текста до нумерационного заголовка отступают 2 интервала. Тематический заголовок отделяют от нумерационного полуторным интервалом. Если тематический заголовок больше одной строки, то между строками заголовка делают одинарный интервал. Расстояние от тематического заголовка до самой таблицы составляет 2 интервала. От таблицы до последующего текста отступают 2 интер-

вала, если таблица закрытая, и 3 интервала, если она открытая (т.е. отсутствует закрывающая таблицу линия).

Формулы. Уравнение или формулу выделяют в отдельную строку, если к ним есть пояснения. Пояснения приводят непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они даются в формуле. Значение каждого символа оформляют с новой строки. После формулы ставят запятую, а первую строку пояснения начинают словом «где» без двоеточия. Например:

$$S = a \cdot b,$$

где S – площадь прямоугольника в м^2 ;

a и b – длины сторон прямоугольника в м.

Если на формулу в тексте есть ссылка, то её нумеруют арабскими цифрами в круглых скобках на уровне формулы у правого поля. Например:

$$S = a \cdot b, \tag{2.4}$$

(четвёртая формула второго раздела).

В тексте ссылку указывают следующим образом: «... в формуле (2.4)» или «... в (2.4)».

Рисунки. Как правило, тексты ВКР иллюстрируют графиками, диаграммами, схемами, чертежами, фотографиями, которые называют рисунками. Иллюстрации, изображающие графики (диаграммы), оформляют по ГОСТ Р 50-77-88 «Рекомендации. Единая система конструкторской документации. Правила выполнения диаграмм».

Рисунки нумеруют в пределах раздела, например: Рис.2.3 (третий рисунок второго раздела). Если в квалификационной работе содержится только один рисунок, то его не нумеруют. На каждый рисунок должна быть ссылка в тексте, например: «... приведено на рис.2.3» или «... составим схему замещения (рис.2.5)». При повторной ссылке на одну и ту же иллюстрацию указывают сокращенно слово «смотри», например: (см. рис.2.3).

Рисунки выполняют с помощью компьютера. В случае необходимости их выполняют от руки и в цвете.

Рисунки могут быть расположены по тексту документа после первой ссылки на них или размещены на отдельных листах так, чтобы их было удобно рассматривать без поворота страницы или с поворотом по часовой стрелке. Для квалификационной работы рекомендуется расположение рисунков на отдельных страницах (листах). Страницы (листы) с рисунками учитывают в общей нумерации. Рисунки небольшого размера помещают на странице по 2 – 3 шт. Допускается оформление рисунков в формате А3 (они подшиваются в ВКР в сложенном виде).

Рисунки должны иметь номер и название и могут иметь поясняющие надписи.

От текста до верхнего края рисунка и от нижнего края рисунка до подрисуночной надписи отступают 2 интервала (1 см). Подрисуночная надпись выполняется кеглем 12 в основном центрованным способом в границах ширины рисунка (если она более одной строки, то строки пишут через одинарный интервал). От подрисуночной надписи до последующего текста отступают 2 интервала.

Характерные точки диаграмм допускается графически отмечать, например, кружками, крестиками и т.п. Обозначения точек должны быть разъяснены в пояснительной части диаграммы.

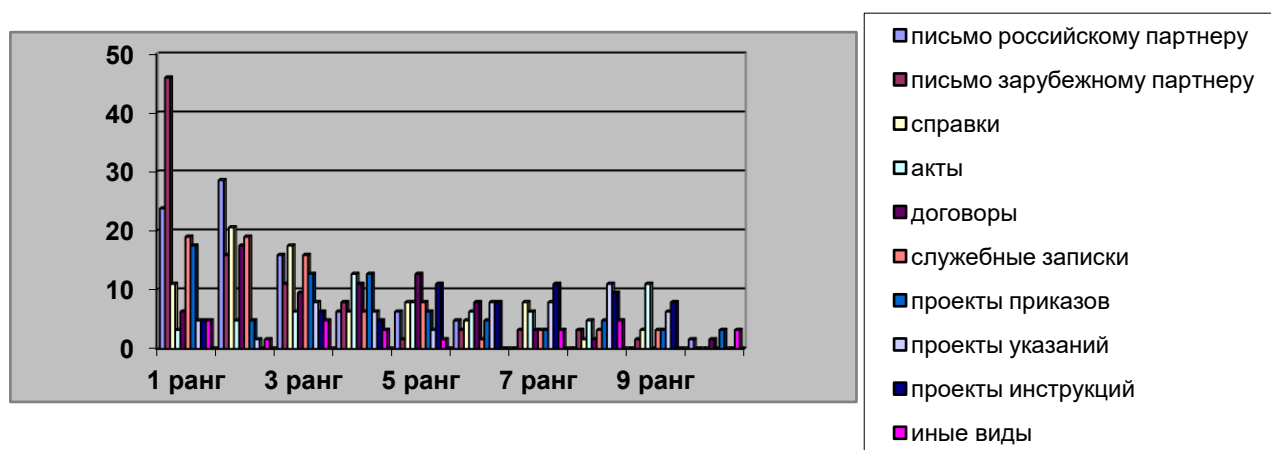


Рис.1. Обобщенные результаты анкетирования

4. ПОДГОТОВКА К ЗАЩИТЕ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ МАГИСТРА

4.1. Представление выпускной квалификационной работы магистра к защите ее рецензирование

Этапы работы над ВКР магистра следующие:

1. Предварительный выбор научного руководителя, согласование предварительной темы магистерской диссертации и формирование индивидуального плана работы студента, обучающегося по программе магистерской подготовки.
2. Подбор источников и систематизация информации по теме ВКР в рамках научно-исследовательской работы магистра.
3. Формирование теоретическо-методологической базы исследования.
4. Корректировка темы исследования, окончательный выбор темы, корректировка индивидуального плана работы студента, обучающегося по программе магистерской подготовки, написание заявления на утверждение темы, получение задания на ВКР магистра.
5. Подготовка аналитического материала по теме ВКР.
6. Выполнение аналитического обоснования оригинальных разработок ВКР.
7. Разработка оригинальной части ВКР.
8. Получение задания на производственную и преддипломную практику. Прохождение практик.
9. Апробация результатов научно-исследовательской работы.
10. Подготовка и прохождение предзащиты. Доработка ВКР и устранение полученных на предзащите замечаний.
11. Подготовка сопроводительных документов к ВКР (акт приёма-передачи электронных версий выпускных квалификационных работ, в Электронную библиотеку СПбПУ, отчёт о проверке на объём заимствования, Лицензионный договор о предоставлении права использования права ВКР, регистрационный лист выпускной квалификационной работы к Лицензионному договору о предоставлении права использования ВКР).

12. Получение отзыва научного руководителя.
13. Получение рецензии на ВКР.
14. Подготовка доклада и компьютерной презентации для защиты ВКР.
15. Защита ВКР в ГЭК.

Завершенная выпускная квалификационная работа, оформленная в соответствии с указанными требованиями, представляется студентом научному руководителю не позднее, чем за 2 недели до защиты, в ВШМиСО – не позднее, чем за 5 рабочих дней до защиты в переплетенном виде (папка для ВКР магистра) и обязательно на электронном носителе (1 электронный оптический диск (CD-ROM) или флеш-карта с отзывом научного руководителя и рецензента. Выпускная квалификационная работа, представленная секретарю ВШМиСО позднее, чем за 5 рабочих дней до защиты, к защите не допускается.

Предзащита (проходит не позднее, чем за 1 месяц до официальной защиты) призвана дать оценку степени подготовленности выпускной квалификационной работы к защите. На предзащиту выносится законченный вариант ВКР, основные положения которого представляются студентом в виде доклада и сопровождающей его презентации (регламент выступления – 10 мин). В ходе предзащиты студенту могут быть заданы вопросы, касающиеся содержания работы и её оформления, даны рекомендации по доработке выпускной квалификационной работы. Рекомендуется присутствие научного руководителя (в случае отсутствия руководителя необходимо предоставить его отзыв в письменном виде) и наличие экземпляра выпускной квалификационной работы, оформленного в соответствии с правилами оформления ВКР. Замечания к работе, высказанные на предварительной защите, обязательно учитываются и устраняются студентом до представления работы в ВШМиСО.

Отзыв научного руководителя ВКР магистра. Руководитель, при положительном решении директора ВШМиСО о допуске выпускной квалификационной работы к защите, подписывает выпускную квалификационную работу и готовит отзыв. Форма отзыва руководителя о выпускной квалификационной работе представлена в Приложении 7.

В отзыве о выпускной квалификационной работе научный руководитель отражает актуальность темы, соответствие содержания поставленным целям, полноту и качество разработки, степень самостоятельности и творчества, умение студента работать с нормативными документами и иными источниками информации, делать обоснованные выводы, указывает на грамотность изложения материала и оформления работы, практическую значимость авторских предложений и рекомендаций, достоинства и недостатки, соответствие работы направлению подготовки, а также процесс работы студента над ВКР. В заключительной части отзыва научный руководитель излагает мнение о допуске работы к защите и ставит рекомендуемую оценку.

ВШМиСО обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Рецензирование ВКР магистра. ВКР, выполненные по программе магистратуры подлежат обязательному рецензированию. Если работа имеет междисциплинарный характер, она направляется организацией нескольким рецензентам. В ином случае ВКР направляется для рецензирования одному рецензенту.

Для проведения рецензирования указанная работа направляется ВШМиСО одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся преподавателями ВШМиСО. Рецензент проводит анализ работы и представляет письменную рецензию (Приложение 8).

С рецензией на ВКР магистрант знакомится не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты диссертации.

Рецензентами могут быть как научно-педагогические работники других высших школ соответствующего профиля подготовки или иного высшего учебного заведения, так и сотрудники различных учреждений соответствующей сферы деятельности, имеющие большой опыт практической работы. Рецензирование ВКР научно-педагогическими работниками ВШМиСО, на которой выполнялась работа, не допускается.

Законченная и оформленная в соответствии с указанными выше требованиями выпускная квалификационная работа подписывается студентом и не позднее двух недель до защиты представляется научному руководителю, который даёт

письменный отзыв на работу и подписывает её.

В случае, если научный руководитель оценивает работу отрицательно и не считает возможным допустить студента к защите, этот вопрос рассматривается на заседании ВШМиСО с участием научного руководителя. Решение ВШМиСО о невозможности допустить студента к защите выпускной квалификационной работы представляется на утверждение директору Гуманитарного института.

Директор ВШМиСО по результатам предварительной защиты выпускной квалификационной работы и отзыва научного руководителя принимает решение о рекомендации её к защите, делая соответствующую запись на титульном листе («Рекомендуется / не рекомендуется к защите»).

Выпускная квалификационная работа перед допуском ВШМиСО к защите должна пройти проверку на соответствие ВКР требованиям к её оформлению (нормоконтроль). Нормоконтроль на соответствие работы требованиям к написанию и оформлению осуществляется преподавателем, назначенным директором ВШМиСО.

Тексты ВКР, за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющих государственную тайну, размещаются СПбПУ в электронно-библиотечной системе (ЭБС) и проверяются на объём заимствования. Норма оригинального текста ВКР магистра – **80 %**.

Ответственный сотрудник обеспечивает оформление листа-согласования с автором ВКР (обучающимся) на размещение ВКР в электронной библиотечной среде (ЭБС), заключения об оригинальности работы и о результатах проверки на заимствование.

Выпускная квалификационная работа и отзыв передаются в ГЭК не позднее чем за 5 календарных дня до дня защиты ВКР.

4.2. Защита выпускной квалификационной работы магистра

Не позднее, чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации, студенты знакомятся с процедурой сдачи государственных экзаменов и защиты выпускных квалификационных работ. Студентами предоставляются на

защиту следующие *документы*:

1. Зачётная книжка.
2. Полностью оформленная выпускная квалификационная работа, содержащая:
 - стандартный титульный лист (см. Приложение 4);
 - заполненный бланк задания по ВКР магистра (см. Приложение 3) (вкладывается);
 - реферат (см. Приложение 5);
 - текст выпускной квалификационной работы с содержанием, списком использованных источников и приложениями;
 - отзыв руководителя (вкладывается);
 - рецензия на ВКР магистра (вкладывается);
 - отчёт проверки на заимствование (вкладывается).

По желанию студента в Государственную экзаменационную комиссию могут быть представлены материалы, характеризующие научную и практическую ценность выполненной выпускной квалификационной работы (например, документы, указывающие на практическое применение работы, печатные статьи и тезисы докладов по теме работы и т.п.).

Защиты проходят на открытых заседаниях ГЭК.

Заседания ГЭК открываются при наличии кворума (70 % списочного состава комиссии) и председателя. В исключительных случаях председатель может поручить свои функции директору ВШМиСО.

Присутствие научного руководителя является желательным, но не обязательным. Отзыв отсутствующего научного руководителя зачитывает секретарь ГЭК.

Процедура защиты выпускной квалификационной работы предусматривает:

- представление секретарем ГЭК защищающегося студента по его личной карточке, оглашение темы работы;
- доклад студента (см. Приложение 11). Примерная структура доклада студента на защите ВКР) по материалам работы (рекомендуемый доклад не более 10 минут

с акцентом на собственные исследования, расчёты и результаты);

- ответы на вопросы членов ГЭК;
- оглашение отзыва научного руководителя;
- ответы на замечания научного руководителя и рецензента;
- заключительное слово защищающегося (1 – 2 минуты с акцентом на те

моменты, которые, по мнению студента, нуждаются в уточнении).

Примерная продолжительность защиты одного студента составляет 20 – 35 минут. Время защиты определяется председателем ГЭК.

Доклад по выпускной квалификационной работе сопровождается презентацией с использованием программ для создания презентаций и раздаточного материала для членов комиссии.

Презентация должна быть подготовлена в соответствии с предложенными шаблонами для подготовки презентаций (Приложение 6).

В своем докладе студент должен отразить: наименование темы, цель, задачи, объект, предмет, актуальность выпускной квалификационной работы, краткий анализ фактического состояния дел по теме работы, практические результаты, выводы, возможность реализации предложений, их внедрения в деятельность структур по рекламе и связям с общественностью. Доклад должен быть увязан с иллюстративными материалами (презентацией).

Компьютерная презентация должна содержать не менее 10 слайдов, включая заглавный и заключительный слайды. На заглавном слайде должны быть указаны наименование ВКР в точном соответствии с заданием, а также фамилия и инициалы студента, выполнившего работу и фамилия и инициалы руководителя работы. На заключительном слайде обычно размещают слова благодарности слушателям за проявленное внимание.

При подготовке компьютерной презентации необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

- презентация должна иллюстрировать доклад, а не повторять его;
- не допускается представлять в качестве слайдов тексты выпускной рабо-

ты или текст доклада;

- макет (основа) презентации не должен быть вычурным, многоцветным, или имеющим резкие тона фона; для основы презентации лучше использовать нейтральные тона (неброские светлые или достаточно тёмные тона), на которых текст и другой представляемый материал должен выглядеть ярко контрастным;

- каждый слайд (за исключением заглавного и заключительного) должен иметь краткое название, характеризующее смысл представляемого на нём материала; если материал, относящийся к данному разделу доклада, не уместается на одном слайде, то следует наименовать слайды следующим образом: «Методы исследования (1)», «Методы исследования (2)» или «Выводы (1)», «Выводы (2)»;

- на слайдах, прежде всего, должны размещаться схемы, таблицы, графики, диаграммы, фотографии, необходимые и достаточные для иллюстрации доклада;

- презентация должна быть читаемой с достаточно большого расстояния;

- размер букв не должен быть меньше кегля 18;

- количество материала, помещаемого на слайде, должно быть минимизировано;

- не следует увлекаться применением анимационных эффектов, особенно вычурными; каждый эффект должен быть оправдан, например, демонстрацией хода процесса, порядка разработки и т.п.;

- не допускается применение презентаций с орфографическими и синтаксическими ошибками, с нарушением согласования между отдельными частями предложений.

Все члены ГЭК должны быть обеспечены раздаточным материалом (титульный лист, реферат, содержание, введение, заключение, основные иллюстративные материалы (чертежи, схемы, графики, диаграммы, таблицы и т.п.), отражающим основные положения, выносимые на защиту.

Результат защиты выпускной квалификационной работы определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляется в тот же день, после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационной комиссии.

Студент должен тщательно подготовиться к защите: составить конспект или план доклада, подготовить наглядные материалы (таблицы, графики, раздаточный материал и т. п.) для иллюстрации важнейших положений выступления.

Процедура защиты следующая:

1. Перед началом защиты секретарь ГЭК даёт краткую информацию по личному делу студента.

2. Защита начинается с доклада студента по теме выпускной квалификационной работы. Продолжительность доклада 7 – 10 минут. Председательствующий на заседании ГЭК имеет право прервать докладчика при нарушении регламента. Рекомендуется в процессе доклада использовать компьютерную презентацию.

3. После завершения доклада члены ГЭК задают студенту вопросы, как непосредственно связанные с темой ВКР, так и близко к ней относящиеся. При ответах на вопросы студент имеет право пользоваться своей работой.

4. После ответов студента на вопросы членов комиссии слово предоставляется научному руководителю. Научный руководитель либо зачитывает заранее подготовленный отзыв, либо, если позволяет регламент, выступает с речью, в которой отражает основные положения своего отзыва.

5. После окончания дискуссии студенту предоставляется заключительное слово, в котором студент может отреагировать на прозвучавшие в ходе дискуссии тезисы, замечания, оценки. В соответствии с культурой научной дискуссии рекомендуется в заключительном слове высказывать слова благодарности в адрес членов ГЭК, руководителя.

На закрытом заседании ГЭК проводится обсуждение итогов защит и оценок за ВКР. Процедура обсуждения устанавливается председателем ГЭК.

Заседания комиссий проводятся председателями комиссий, а в случае их отсутствия – заместителями председателей комиссий. Решения комиссий принимаются простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании. При равном числе голосов председательствующий обладает правом решающего голоса. Решения, принятые комиссиями, оформляются протоколами.

В протоколе заседания ГЭК по приёму государственного аттестационного

испытания отражаются перечень заданных обучающемуся вопросов и характеристика ответов на них, мнения членов ГЭК о выявленном в ходе государственного аттестационного испытания уровне подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач, а также о выявленных недостатках в теоретической и практической подготовке обучающегося.

По результатам работы ГЭК составляется протокол.

Записи в книгу протоколов выполняются от руки, чётко и аккуратно. Исправления текстов, особенно в части итоговой оценки, должны сопровождаться дополнительными записями «исправленному верить» и подписями председателя ГЭК.

Заседание ГЭК завершается оглашением итогов работы – сообщением председателя ГЭК о присвоении квалификации и оценках выпускных квалификационных работ. Эта часть заседания ГЭК является открытой.

После окончания работы ГЭК защищенные выпускные квалификационные работы регистрируются и сдаются для хранения в ВШМиСО.

Студенты, не явившиеся на заседание ГЭК по уважительной причине, могут по решению Дирекции Гуманитарного института защищать свои работы на следующих заседаниях ГЭК. Если план заседаний ГЭК в данном семестре исчерпан, то решением директора ВШМиСО в согласованное время назначается внеплановое заседание ГЭК.

Апелляции по выставленным оценкам не принимаются. При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в государственную итоговую аттестацию, выпускнику ВШМиСО присваивается квалификация «магистр» и выдается диплом установленного образца о высшем образовании.

4.3. Требования к презентации ВКР на защите

4.3.1. Общие определения. Структура и шаблон презентации

Студент должен тщательно подготовиться к защите: составить конспект или

план доклада, подготовить наглядные материалы (таблицы, графики, раздаточный материал и т.п.) для иллюстрации важнейших положений выступления.

В своем докладе по ВКР на защите студент должен отразить: наименование темы, цель, задачи, объект, предмет, актуальность исследования, краткий теоретический обзор и анализ фактического состояния дел по теме работы, практические результаты, выводы, возможность реализации предложений, их внедрения в деятельность структур по рекламе и связям с общественностью. Доклад должен находиться в логике изложения иллюстративного материала в презентации.

Доклад по выпускной квалификационной работе сопровождается презентацией с использованием программ для создания презентаций и раздаточного материала для членов комиссии. Все члены ГЭК должны быть обеспечены раздаточным материалом (титульный лист, реферат, содержание, введение, заключение, основные иллюстративные материалы (чертежи, схемы, графики, диаграммы, таблицы и т.п.), отражающим основные положения, выносимые на защиту.

Презентация (от лат. «*praesento*» – представление, предъявление) – документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, продукта и т. п.).

Цель презентации – донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме и необходимом объеме для наилучшего представления результатов выполнения ВКР.

Подготовка к презентации ВКР должна учитывать особенности:

- объекта/предмета презентации (тему ВКР);
- субъекта/автора презентации;
- цель выступления;
- адресата (аудиторию);
- структуру подачи информации в самом выступлении;
- визуальный стиль слайдов (с выделением акцентов);
- время демонстрации/выступления.

Шаблон презентации утверждён ВШМиСО (см. Приложение 6) и состоит из:

- шаблона заставки/титульной страницы;

- шаблона типовой страницы;
- шаблона заключительной страницы.

Количество страниц презентации должно соответствовать времени выступления так, чтобы один слайд/страница транслировалась 1 минуту или чуть меньше:

10 минут выступления – 11 – 12 слайдов;

7 минут выступления – 8 – 10 слайдов.

Если слайдов больше – будет казаться, что докладчик торопится, «проскальзывает» мимо главного. Нельзя пролистывать слайды и говорить «так, ну это не важно» или «это, пожалуй, можно пропустить». В презентации не должно быть лишних или случайных слайдов.

Компьютерная презентация ВКР должна содержать не менее 10 слайдов, включая заглавный и заключительный слайды. Если слайдов меньше – презентация будет казаться пустой, или что в ней много «воды».

Для презентации ВКР рекомендуется следующий примерный порядок слайдов:

Обложка (титульный, заглавный слайд) презентации ВКР

- 1 слайд – обложка (титульный, заглавный слайд) презентации ВКР обычно содержит наименование ВКР в точном соответствии с заданием, фамилия и инициалы студента(ки), выполнившего(й) работу, фамилия и инициалы руководителя работы.

Первый слайд презентации должен быть выполнен на основе шаблона (см. Приложение 6), в котором предлагаются на выбор несколько вариантов титульного листа презентации, в которых выдержан фирменный стиль Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (в соответствии с брендбуком СПбПУ). Дальнейшие слайды могут иметь иное стилистическое и цветовое оформление, также выдержанное в формате делового стиля общения, но более близкое к стилистике кампании, на примере которой выполняется исследование ВКР.

Основная часть презентации

В основной части презентации ВКР следует расположить:

- 2 слайд – актуальность рассматриваемой темы, гипотеза, объект и предмет исследования;
- 3 слайд – цели и задачи работы;
- 4 слайд – методы, применяемые в работе;
- 5...n слайд – основные наработки ВКР, включая графический материал, схемы, таблицы и т.д.;
- n+1 слайд – заключение (выводы);
- n+2 слайд – список основных использованных источников.

В основной части презентации следует использовать:

- Верхний колонтитул – указывается тема выступления и раздел/глава (вместо оглавления). Колонтитул может быть отделён цветной плашкой, но лучше отделять его тонкой линией-разделителем, либо делать разделение условным (пустое место).
- Массив/поле страницы – место для размещения текста слайда и/или изображений.
- Нижний колонтитул – указывается дата; ФИО; порядковый номер страницы вместе с общим количеством страниц в презентации, например, 4(15) или 5/12; дата выступления. Нумерация страниц размещается в правом нижнем углу листа.

Завершающий слайд

- Завершающий слайд – страница контактов. На заключительном слайде обычно размещают слова благодарности слушателям за проявленное внимание. Например: Спасибо за внимание! (подпись, возможно выражение благодарности тем, кто руководил, рецензировал и/или помогал в работе).

4.3.2. Общие требования к оформлению презентации ВКР

При подготовке компьютерной презентации необходимо учитывать, что презентация должна иллюстрировать доклад, а не повторять его. На слайдах должны быть только тезисы, ключевые фразы и графическая информация (рисунки, гра-

фики и т.п.) – они сопровождают подробное изложение мыслей докладчика, но не наоборот. Не стоит заполнять слайд большим количеством информации. Наиболее важную информацию желательно помещать в центр слайда.

Не допускается представлять в качестве слайдов тексты выпускной работы или текст доклада (рис.1).

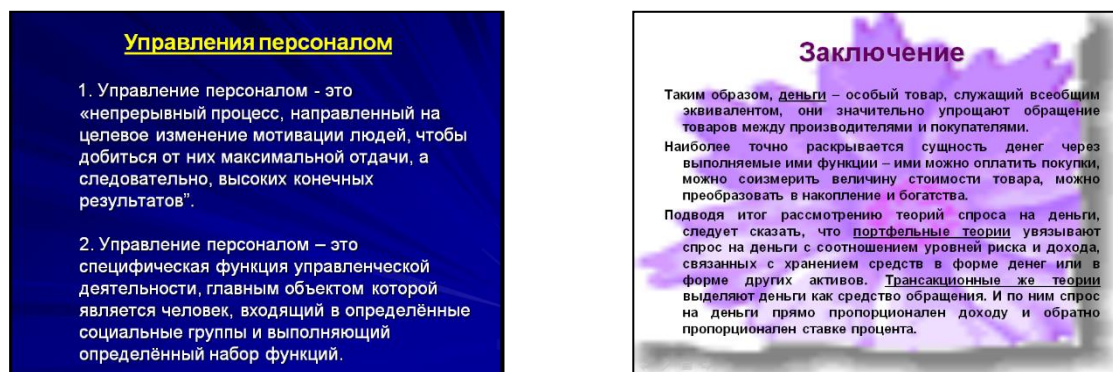


Рис.1. Пример «перегруженных» информацией слайдов

Презентация, составленная в виде сплошного текста, воспринимается трудно. Зрелищность презентации придаёт использование абзацев, отступов и выступов, изменение межстрочных интервалов. Открыв опцию «Абзац», можно изменить все эти параметры (рис.2).



Рис.2. Пример хорошо структурированной информации на слайдах

Для выравнивания фрагментов текста лучше всего применять функцию «по левому краю». В отличие от выравнивания «по ширине» в этом случае текст на слайде читается лучше. Для выделения подзаголовков надо использовать функцию «по центру», хотя это и не обязательно.

Структурировать текст можно, применяя отступы, при этом текст, максимально «отодвинутый» вправо, должен иметь размер кегля не менее 18.

Текст должен размещаться на слайде свободно, занимая всю его поверхность. Плохо смотрятся слайды, в которых текст располагается в верхней или нижней трети поля. Для того чтобы распределить текст по всему слайду, достаточно выделить его и установить другой межстрочный интервал (функция «Межстрочный интервал» на главной странице).

Шаблон (основа) презентации не должен быть вычурным, многоцветным или имеющим резкие тона фона, для основы презентации лучше использовать нейтральные тона (неброские светлые или достаточно тёмные тона), на которых текст и другой представляемый материал должен выглядеть ярко контрастным.

Правила выбора цветовой гаммы шаблона презентации:

1. Цветовая гамма должна состоять не более чем из 2 цветов и выдержана во всей презентации. Основная цель – читаемость презентации (рис.3).



Рис.3. Неудачная цветовая гамма презентации

2. Желателен одноцветный фон неярких пастельных тонов (например, светло-зелёный, светло-синий, бежевый, светло-оранжевый и светло-жёлтый).

3. Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться, например, белый текст на чёрном фоне читается плохо);

4. Оформление презентации не должно отвлекать внимания от её содержания.

Каждый слайд (за исключением заглавного и заключительного) должен иметь краткое название, характеризующее смысл представляемого на нём материала. Если материал, относящийся к данному разделу доклада, не уместается на одном слайде, то следует наименовать слайды следующим образом: «Методы исследования (1)», «Методы исследования (2)» или «Выводы (1)», «Выводы (2)».

На слайдах, прежде всего, должны размещаться схемы, таблицы, графики, диаграммы, фотографии, необходимые и достаточные для иллюстрации доклада.

4.3.3. Правила шрифтового оформления презентации

Не допускается применение презентаций с орфографическими и синтаксическими ошибками, с нарушением согласования между отдельными частями предложений.

Презентация должна быть читаемой с достаточно большого расстояния. Размер шрифта: 24 – 54 пункта (заголовки), 18 – 36 пунктов (обычный текст). Рекомендуется использовать в оформлении всей презентации не более 3-х размеров шрифта (кеглей) (табл.1).

Таблица 1

Рекомендуемые размеры шрифтов для презентации

Размер шрифта (кегель)	Для титульного листа	Для страниц основной части
Крупный	Название темы ВКР	Название раздела/главы/заголовка
Средний	- Название учебного заведения - Ф.И.О. выступающего/должность - Ф.И.О. научного руководителя - дата выступления	- Массив текста - Текст верхнего колонтитула
Мелкий		- Нумерация страниц - Текст верхнего колонтитула - Текст нижнего колонтитула - Подписи на/под схемами,

Надписи только заглавными буквами можно использовать только на титульном листе в название темы ВКР, а также названия разделов/заголовков/глав в оформлении страниц.

Рекомендуется использовать не более двух видов шрифта из одного или двух шрифтовых семейств:

- антикву (шрифты с засечками) – для основного текстового массива;
- гротескный шрифт (без засечек, рубленый шрифт, геометрический гротеск) – для названий и заголовков.

Можно использовать для набора только гротескный шрифт или только антикву, но если текста на страницах много, то текст лучше читается, если набран антиквой (с засечками).

Для привлечения внимания к отдельным словам (не в составе предложения) или цифровым значениям, можно использовать акцидентный шрифт (рис.4).

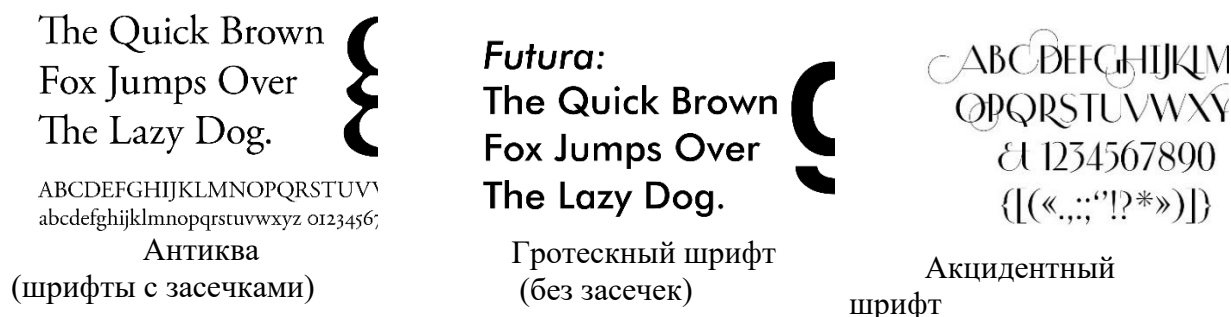


Рис.4. Примеры шрифтов для презентации

Традиционными считают следующие шрифты: «Arial», «Calibri», «Cambria», «Century», «Tahoma». Они похожи друг на друга тем, что хорошо прописаны, чётки и хорошо читаются на большом расстоянии.

Для выделения важного (тезисного) слова в массиве текста или предложении используется **жирное начертание (bold)**, либо подчёркивание.

Лучше выделить слово в предложении одним из вышеуказанных способов, но, если это по каким-то причинам сделать невозможно, допускается выделение

такого слова с помощью другого цвета.

Использовать при наборе текста прописные (заглавные) буквы не рекомендуется, поскольку ТАКОЙ ТЕКСТ ВОСПРИНИМАЕТСЯ КАК КРИК. Чтение такого текста утомляет, он трудно воспринимается.

Увеличивать размер (кегель) отдельного СЛОВА внутри предложения не рекомендуется.

Наклонным *начертанием* (курсив) выделяются цитаты, прямая речь, определения.

В презентации нужно стараться не использовать шрифты с тенями, обводкой, особенно для фраз или целых предложений. Любой графический элемент, изображение или шрифт, в том числе и тень от шрифта, должны быть оправданы смыслом/темой слайда или всей презентации (рис. 5).

ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ: СВОЙСТВА ПРОДУКТА, СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ЭКСПЛИЦИТНЫМ И ИМПЛИЦИТНЫМ ЦЕЛЯМ			
Бренд	Сообщение	Эксплицитная цель	Имплицитная цель
 Mercedes-Benz	Автоматическая система торможения	Укороченный тормозной путь	
	Автоматическая система торможения	Укороченный тормозной путь	
	Автоматическая система торможения	Укороченный тормозной путь	

03.04.2020 С.С. Горбуннов 2/7

Рис.5. Пример правильно оформленного слайда

Не следует увлекаться применением анимационных эффектов, особенно вычурными, так как это вызовет негативную реакцию аудитории. Особенно нежелательны такие эффекты, как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Каждый эффект должен быть оправдан, например, демонстрацией хода процесса, порядка разработки и т.п.

Анимация должна быть сдержанна, хорошо продумана и допустима:

- для демонстрации динамичных процессов;

- для привлечения внимания слушателей, создания определенной атмосферы презентации.

Анимация текста должна быть удобной для восприятия: темп должен соответствовать технике чтения докладчика. При этом следует помнить: любой нерелевантный движущийся (анимированный) объект понижает восприятие материала, оказывает сильное отвлекающее воздействие, нарушает динамику внимания.

Важнейшим свойством мультимедийного блока является *скорость* и *качество* его работы в составе презентации. С этой точки зрения наличие большого количества мультимедийных блоков в презентации нецелесообразно, так как может значительно замедлить её работу.

1.2.4. Правила использования графической информации.

Изображения и цвет

Сочетание визуальных и вербальных элементов и их количество определяются функциональной направленностью материала ВКР, представляемого в докладе. Изображение информативнее, нагляднее, оно легче запоминается, чем текст. Поэтому, если можно заменить текст информативной иллюстрацией, то лучше это сделать.

При использовании графики в презентации следует выполнять следующие правила и рекомендации, обусловленные законами восприятия человеком зрительной информации:

- графика (рисунки, фотографии, диаграммы, схемы) должна органично дополнять текстовую информацию или передавать её в более наглядном виде;
- каждое изображение должно нести смысл: желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- необходимо использовать изображения только хорошего качества. Для это-

го все изображения, помещаемые в презентацию, должны быть предварительно подготовлены в графическом редакторе.

При использовании иллюстративного материала в презентации ВКР **недопустимо:**

- искажение пропорций;
- нарушение тонового и цветового баланса фотоизображений;
- использование изображений с пониженной резкостью;
- видимость пикселей на изображении;
- использование необработанных сканированных изображений; например – изображений с «грязным» (серым, жёлтым) фоном вместо белого, неконтрастных, размытых и т.п.

При подготовке в графическом редакторе изображения для помещения его на слайд презентации важное значение имеет выбор для него оптимального размера и разрешения:

- выбор размера изображения (в пикселах) осуществляется в графическом редакторе. Изображение уменьшается (ни в коем случае НЕ увеличивается!) до нужного размера относительно экрана (либо до немного большего, чем нужный, но не более чем в 1,5 – 2 раза, чтобы более точно отрегулировать его размер уже на слайде путем уменьшения масштаба от 100%);

- при масштабировании помещенного на слайд изображения его масштаб допустимо только уменьшать (от исходных 100%), и крайне нежелательно увеличивать масштаб свыше 100%, так как при этом теряется его качество – на слайде оно будет выглядеть размытым. Если на слайде в масштабе 100% изображение оказалось слишком маленьким, то его необходимо заново подготовить в графическом редакторе из исходного оригинала большого размера;

- выбор разрешения (в пикселах/дюйм) зависит от разрешения экрана монитора, на котором, в основном, предполагается презентацию воспроизводить. Если презентация создается на компьютере с таким же разрешением экрана, то для того, чтобы размер изображения (в пикселах экрана) на слайде (при масштабе около 100%) примерно соответствовал выбранному размеру изображения в графическом

редакторе, подготавливаемым изображениям необходимо устанавливать разрешения:

- 96 пикселей/дюйм при разрешении экрана 1024x768;
- 128 пикселей/дюйм при разрешении экрана 1280x1024;

- поскольку меньшие разрешения экрана (800x600 и менее) в настоящее время уже практически не используются, то не рекомендуется использовать разрешение 72 пикселей/дюйм;

- если презентацию предполагается демонстрировать на экране с большим разрешением, чем на том компьютере, на котором она создается (или если презентация предназначена еще и для распечатки), то при данном рабочем разрешении рекомендуется использовать соответственно бóльшие размеры всех изображений, которые после помещения на слайд соответственно масштабируются (уменьшаются);

- вместе с тем, не рекомендуется перегружать презентацию неоправданно большими размерами файлов изображений. Использование большого числа «тяжёлых» файлов перегружает презентацию, что может привести к замедлению её работы;

- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом, пояснительная надпись преимущественно располагается под рисунком;

- изображения лучше помещать левее текста: поскольку мы читаем слева направо, то взгляд зрителя вначале обращается на левую сторону слайда;

- сложный рисунок или схему следует выводить постепенно;

- необходимо четко указать все связи в схемах и диаграммах.

Изображения и цвет, используемые в презентации ВКР должны подчиняться следующим правилам:

- стилистика изображений должна быть максимально одинаковой на протяжении всей презентации (форма, цветовой набор, плоские или объёмные, с тенями или без);

- все элементы схем, графиков, диаграмм, единицы измерений и цифровые данные показателей (подписи, сноски), любой графический элемент должны быть

хорошо читаемы, узнаваемы и различимы (рис.6);

Структура импорта основных видов фруктов в РФ

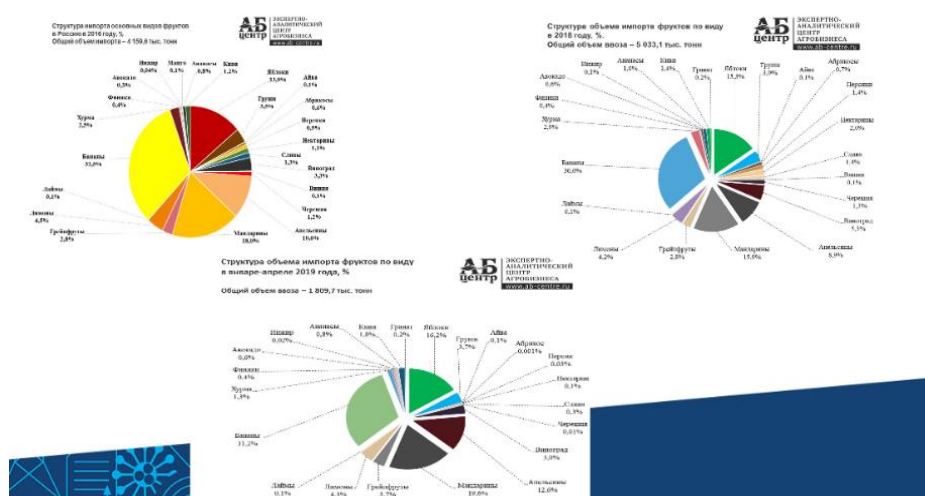


Рис.6. Пример нечитаемых изображений презентации

- Правило «светофора» работает как для цвета текста, так и для изображений (инфографики, элементов навигации):

- зелёный – хорошо, можно, правильно;
- красный – внимание, опасность, плохо, отрицание.

Если «красный» и «зелёный» цвет используются по принципу «светофора», то есть показывают позитивное и негативное отношение к объекту, тексту, то каждый новый цвет, который появляется в изображении, созданном по такому принципу восприятия, должен объясняться.

При использовании цветов в презентации необходимо стараться соблюдать естественную (природную) цветность для раскрашивания схем, рисунков, чертежей;

- использование теней в гистограммах сбивает с толку, поскольку часто происходит подмена цвета. Объём в графиках может использоваться, если глубина (перспектива) также являются показателем чего-либо (несут смысл);

- чертежи и схемы следует показывать в одной проекции, не крутить модель (объект) без крайней необходимости;

- фотографии должны оформляться единообразно – иметь одну стандартную рамку (если с рамкой), отбрасывать тень в одну сторону с одинаковой интенсив-

ностью (если с тенью) и т.д. Нельзя залезать (перекрывать) краем одной фотографии на другую;

- не допускается сжатие, деформирование, вытягивание фотографий, рисунков, схем, таблиц (рис.7);

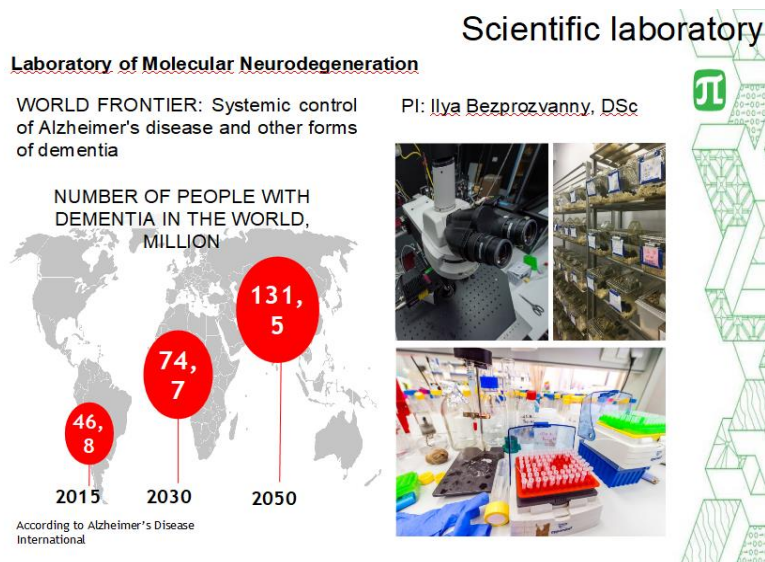


Рис.7. Пример деформированных фотографий

- не допускается растягивание, деформирование, частичное или полное перекрытие логотипов чем-либо, изменение их цвета, пропорций, состава элементов, использование мультязычных версий логотипа (в одной презентации), изменение положения логотипа относительно фона или орнамента (если он в него вписан);

- размер одного графического объекта – не более 1/2 размера слайда;
- соотношение «текст-картинки» – 2/3 (текста меньше, чем картинок).

4.4. Хранение работ

1. Тексты ВКР после защиты остаются в ВШМиСО.
2. Своим решением ВШМиСО может рекомендовать тексты выпускных квалификационных работ к публикации, внедрению, участию в конкурсах.
3. После защиты выпускная квалификационная работа с другими материалами хранится в ВШМиСО или в архиве СПбПУ в соответствии с Номенклатурой дел университета.

4.5. Указания по подготовке выпускных квалификационных работ магистра, представляемых к защите на иностранном языке

К защите представляются:

- полный текст работы на иностранном языке (по выбору студента), оформленный в соответствии с требованиями настоящего Учебно-методического пособия;
- реферат работы на русском языке, объемом не превышающий 50 % от установленного норматива, оформленный в соответствии с требованиями (аналогичными требованиями к работам на русском языке);
- полный текст выступления перед ГЭК на русском языке (представляется каждому члену комиссии);
- иллюстративные материалы (чертежи, схемы, графики, диаграммы, таблицы и т.п. с текстами на русском и иностранном языках), вынесенные в качестве наглядных материалов, сопровождающих защиту работы;

К содержанию и оформлению работы на иностранном языке в полном объеме предъявляются требования, изложенные в настоящем Учебно-методическом пособии.

В реферате должны быть представлены в полном объеме результаты проведенного исследования, разработанные автором рекомендации и предложения, выводы, как по отдельным результатам исследования, так и заключительные. В реферате приводятся основные иллюстративные и цифровые материалы.

Руководство работой, представляемой к защите на иностранном языке, осуществляется преподавателем, назначаемым в качестве основного научного руководителя ВШМиСО.

При подготовке работы на иностранном языке студент подает заявление на имя директора ВШМиСО с указанием темы выпускной квалификационной работы, языка, на котором будет написана работа.

На предзащиту работы (за 2 – 3 недели до начала заседаний ГЭК) студент представляет все основные материалы по выпускной квалификационной работе на русском языке (реферат) и полный текст ВКР на иностранном языке. Предза-

щита является обязательной формой подготовки работы и проводится на русском языке на ВШМиСО.

В целях подготовки качественных работ, представляемых к защите на иностранном языке, задание на выпускную квалификационную работу должно быть согласовано с научным руководителем ВШМиСО.

В случае невыполнения установленных требований ВШМиСО может не допустить к защите работу.

Образец индивидуального плана работы студента, обучающегося по программе магистерской подготовки

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

УТВЕРЖДЕН
Протоколом заседания Высшей школы
медиакommunikаций и связей с общественностью
(наименование кафедры)
от «___» _____ 20__ г. № _____

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПЛАН РАБОТЫ СТУДЕНТА, ОБУЧАЮЩЕГОСЯ
ПО ПРОГРАММЕ МАГИСТЕРСКОЙ ПОДГОТОВКИ**

Иванов Иван Иванович
(Фамилия, имя, отчество)

Высшая школа медиакommunikаций и связей с общественностью _____

Форма обучения Очная _____

Направление подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» _____

Магистерская программа 42.04.01 03 «Реклама и коммуникации в международной сфере» _____

Руководитель магистерской программы М.С. Арканникова, кандидат политических наук, доцент
(Фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Научный руководитель Петрова Василиса Степановна, кандидат экономических наук, доцент
(Фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Период обучения в магистратуре 20XX – 20XX гг. _____

Тема магистерской диссертации: «Разработка коммуникационной стратегии предприятия Z»

утверждена на заседании ВШМиСО «___» _____ 20__ г., протокол № _____

Директор ВШМиСО _____
(подпись)

М.С. Арканникова

Студент _____
(подпись)

И.О. Фамилия

1. Научно-исследовательская часть магистерской программы

№	Наименование этапов, позиций исследовательской работы (краткое задание)	Всего		Форма отчетности	Срок аттестации	Отметка научного руководителя о выполнении
		зач. ед.	Часов			
1.	Участие в конференции «Неделя науки 202X» СПбПУ			ПУБЛИКАЦИЯ	Первый семестр обучения 1 курса обучения в маги- стратуре Декабрь 202X г.	
2.	Отчёт по научно-исследовательской работе (1): 1. Заполнение индивидуального плана магистра; Описание методологического аппарата ВКР магистра.			ЗАЧЕТ	Конец первого се- местра 1 курса обучения в магистратуре	
3.	Участие в конференции «Технологии рекламы и PR в современном обществе»			ПУБЛИКАЦИЯ	Второй семестр 1 курса обучения в магистратуре Март - апрель 202X г.	
4.	Отчёт по научно-исследовательской работе (2)			ЗАЧЕТ	Конец второго се- местра 1 курса обучения в магистратуре	
5.	Прохождение учебно-организационной практики: 1. Прохождение практики 2. Написание отчета			ЗАЧЕТ	Согласно плану прохождения прак- тики. Июль – сентябрь 202X г.	
6.	Апробация результатов по научно-исследовательской работе на конференции «Неделя науки 202X» СПбПУ			ПУБЛИКАЦИЯ	Декабрь 202X г.	

№	Наименование этапов, позиций исследовательской работы (краткое задание)	Всего		Форма отчетности	Срок аттестации	Отметка научного руководителя о выполнении
		зач. ед.	Часов			
7.	Апробация результатов по научно-исследовательской работе на конференции «Технологии рекламы и PR в современном обществе»			ПУБЛИКАЦИЯ	Март - апрель 202X г.	
8.	Отчёт по научно-исследовательской работе (3)			ЗАЧЕТ	Конец первого се- местра 2 курса обучения в магистратуре	
9.	Прохождение производственной практики 1. Прохождение практики 2. Написание отчета			ЭКЗАМЕН	Согласно плану прохождения прак- тики. Февраль – май 202X г.	
10.	Прохождение преддипломной практики 1. Прохождение практики 2. Написание финального варианта ВКР магистра.			ЭКЗАМЕН	Согласно плану прохождения прак- тики. Май 201X г.	
11.	Сдача финального варианта ВКР магистра			ПРЕДЗАЩИТА	Май 201X г.	
12.	Доработка ВКР магистра в соответствии с замечаниями на предза- щите и ее защита			ЗАЩИТА	Июнь 201X г.	
Всего:						

Руководитель магистерской программы _____
(подпись)

Научный руководитель _____
(подпись)

Студент _____
(подпись)

М.С. Арканникова

И.О.Фамилия

И.О.Фамилия

2. Календарный план подготовки магистерской диссертации

№	Содержание планируемой работы	Сроки выполнения		Отметка научного руководителя о выполнении
		начало	конец	
1.	Описание методологического аппарата НИР и утверждение с научным руководителем			
2.	Разработка программы НИР и плана работы ВКР магистра и утверждение с научным руководителем			
3.	Предоставление отчета по НИР (1) научному руководителю			
4.	Изучение литературы и источников для написания главы 1 ВКР магистра			
5.	Написание главы 1 ВКР магистра и ее обсуждение с научным руководителем			
6.	Предоставление отчета по НИР (2) научному руководителю			
7.	Изучение источников и литературы для написания главы 2 ВКР магистра			
8.	Написание главы 2 ВКР магистра и ее обсуждение с научным руководителем			
9.	Проведение маркетингового исследования (анкетирования, социологического опроса и т.п.) для сбора материалов по главе 2 или 3 и обсуждение его результатов с научным руководителем			
10.	Апробация результатов исследования на конференции «Неделя науки 201X»			
11.	Апробация результатов по научно-исследовательской работе на конференции «Технологии рекламы и PR в современном обществе»			
12.	Предоставление отчета по НИР (3) научному руководителю			
13.	Написание главы 3 ВКР магистра и ее обсуждение с научным руководителем			
14.	Написание главы 4 ВКР магистра и обсуждение ее с научным руководителем			
15.	Написание Введения и Заключения			
16.	Предоставление научному руководителю «черновика» полного текста ВКР магистра и его доработка в соответствии с замечаниями руководителя			
17.	Предзащита			
18.	Доработка текста ВКР магистра в соответствии с замечаниями на предзащите и его обсуждение с научным руководителем			
19.	Сдача окончательного варианта работы научному руководителю для написания отзыва по работе			
20.	Предоставление ВКР магистра рецензенту			
21.	Сдача работы с отзывом научного руководителя и рецензией в ВШМиСО			

Научный руководитель _____ И.О.Фамилия

Студент _____ И.О.Фамилия

Приложение 2

**Образец заявления на утверждение темы выпускной квалификационной
работы**

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШМиСО
_____ М.С. Арканникова
«_____» _____ 20__ г.
студента(ки) группы _____

(Ф.И.О.)

З А Я В Л Е Н И Е

Прошу утвердить тему моей выпускной квалификационной работы _____

и назначить научным руководителем: _____

(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание, должность, место работы)

Подпись студента: _____

Подпись руководителя ВКР: _____

Образец задания на выпускную квалификационную работу

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Гуманитарный институт
Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШМиСО
_____ М.С. Арканникова
«___» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ

по выполнению выпускной квалификационной работы

студенту гр. _____

Ф.И.О.

1. Тема работы: _____
2. Утверждена на заседании ВШМиСО 30апреля 2020 г., протокол № 07.
3. Срок представления работы к защите: «__» июня 2020 г. (за 6 дней до защиты по графику)
4. Исходные данные по работе (источники): _____
5. Содержание работы (перечень подлежащих разработке вопросов): _____
6. Перечень графического материала (иллюстрации, рисунки, таблицы, схемы и др.):

7. Консультанты по работе: А.М. Кобичева
8. Дата выдачи задания: «___» _____ 20__ г.

Научный руководитель, к.э.н., доцент _____ И.О. Фамилия

Задание принял к исполнению

студент _____ И.О. Фамилия

Образец оформления титульного листа

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Гуманитарный институт
Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью

Работа допущена к защите

Директор ВШМиСО

_____ М.С. Арканникова

«___» _____ 20__ г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Магистерская диссертация

вид ВКР

**РЕКЛАМА В УПРАВЛЕНИИ КОРПОРАТИВНЫМ ИМИДЖЕМ КОМПАНИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ФРЕГАТ»)**

по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
код и наименование направления подготовки

Направленность (профиль) 42.04.01_03 Реклама и коммуникации
в международной сфере
код и наименование направленности (профиля)
образовательной программы

Выполнил
студент гр. 3844201/80301

И.О. Фамилия

Руководитель
доцент, к.соц.н., доцент

И.О. Фамилия

Консультант
по нормоконтролю

И.О. Фамилия

Санкт-Петербург

2021

Пример оформления реферата РЕФЕРАТ

На 131 с., 36 рисунков, 4 таблицы и 11 приложений.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, СТАЖИРОВКА, ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА.

Тема выпускной квалификационной работы: «Коммуникационная стратегия продвижения научно-технического продукта (на примере ООО «СИГМА»))».

Данная выпускная квалификационная работа посвящена формированию коммуникационной стратегии для продвижения научно-технического продукта

Задачи, которые были решены в ходе исследования:

1. Анализ теоретических аспектов продвижения научно-технического продукта.
2. Проанализирована коммуникационная деятельность компании ООО «СИГМА» и проекта «СИГМА. Лаборатория».
3. Проведен ситуационный анализ (исследованы конкуренты, проанализирована внутренняя и внешняя среда проекта).
4. Выявлены проблемы коммуникационной деятельности проекта «СИГМА. Лаборатория».
5. Разработан проект продвижения научно-технического продукта ООО «СИГМА» и оценена его эффективность.

Работа проведена на базе ООО «СИГМА», где собиралась значительная часть представленного материала. Был описан проект «СИГМА. Лаборатория», проведен ситуационный анализ – определены конкуренты, выявлены их преимущества, описаны сильные и слабые стороны проекта «СИГМА. Лаборатория». Исследованы потребительские предпочтения, тестирование проводилось онлайн. Выявлены проблемы коммуникационной деятельности проекта «СИГМА. Лаборатория».

В результате были сформулированы рекомендации по продвижению научно-технического продукта компании «СИГМА», описана технология проведения коммуникационной стратегии и проведена оценка ее коммуникативной эффективности.

ABSTRACT

131 pages, 36 figures, 4 tables and 11 appendices.

KEYWORDS: SCIENTIFIC AND TECHNICAL PRODUCT, COMMUNICATION STRATEGY, PROMOTION, TARGET AUDIENCE, INTERNSHIP, TARGETED ADVERTISING.

The topic of the final qualifying work: «Communication strategy for promoting a scientific and technical product (for example, SIGMA LLC)».

This final qualification work is devoted to the formation of a communication strategy for the promotion of scientific and technical products Tasks that were solved during the research:

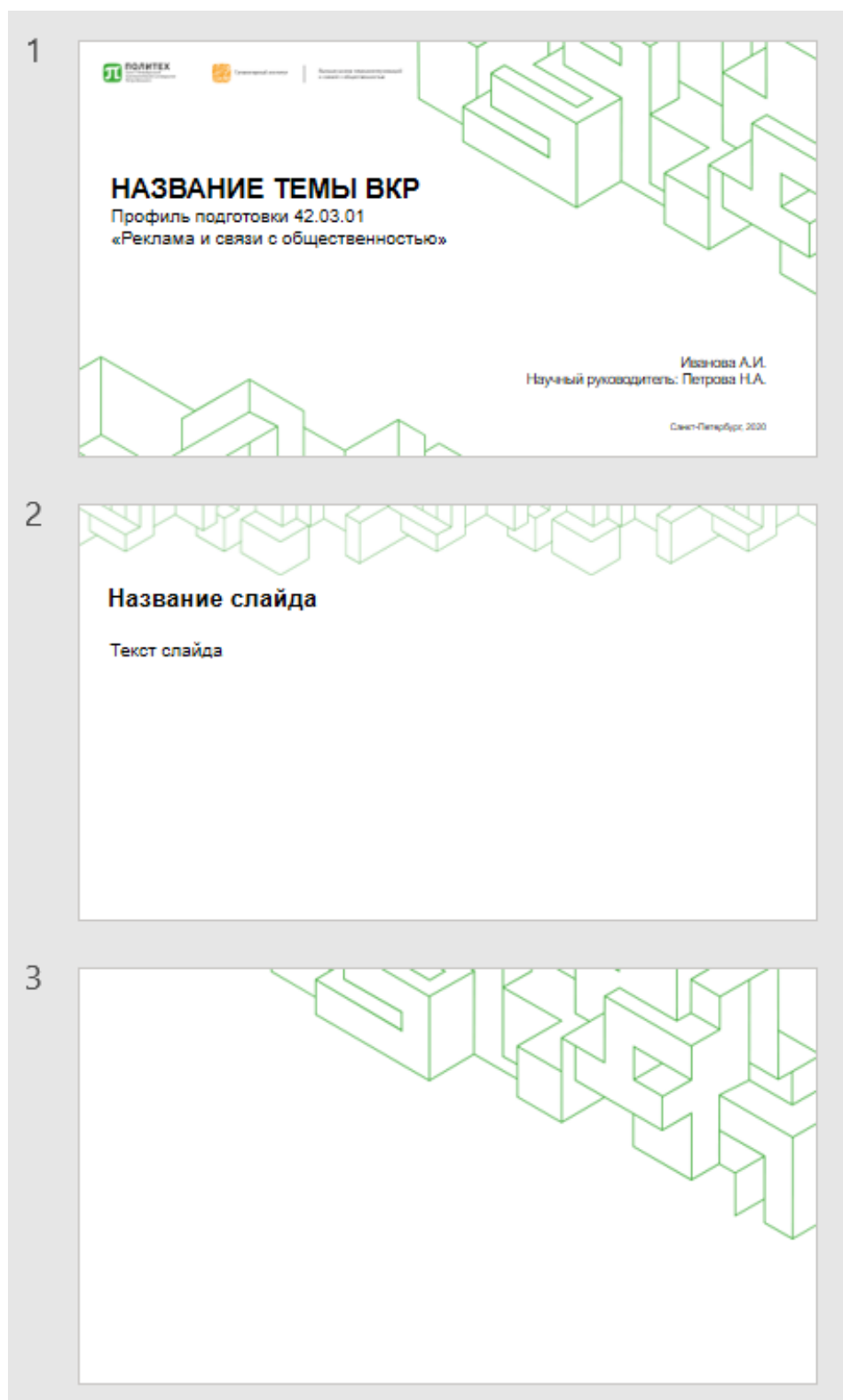
1. Analysis of theoretical aspects of scientific and technical product promotion.
2. The communication activities of SIGMA LLC and the SIGMA project are Analyzed. Laboratory.
3. A situation analysis was Conducted (competitors were investigated, the internal and external environment of the project was analyzed).
4. Problems of communication activities of the SIGMA project are Identified. Laboratory.
5. A project for promoting the scientific and technical product of SIGMA LLC was Developed and its effectiveness was evaluated.

The work was carried out on the BASIS of SIGMA LLC, where a significant part of the presented material was collected. The SIGMA project was described. Laboratory, conducted a situation analysis-identified competitors, identified their advantages, described the strengths and weaknesses of the SIGMA project. Laboratory. Consumer preferences were studied, and testing was conducted online. The problems of communication activities of the SIGMA. Laboratory project are identified.

As a result, recommendations were formulated for the promotion of SIGMA's scientific and technical product, the technology of the communication strategy was described, and its communicative effectiveness was evaluated.

Образцы презентаций для представления ВКР к защите

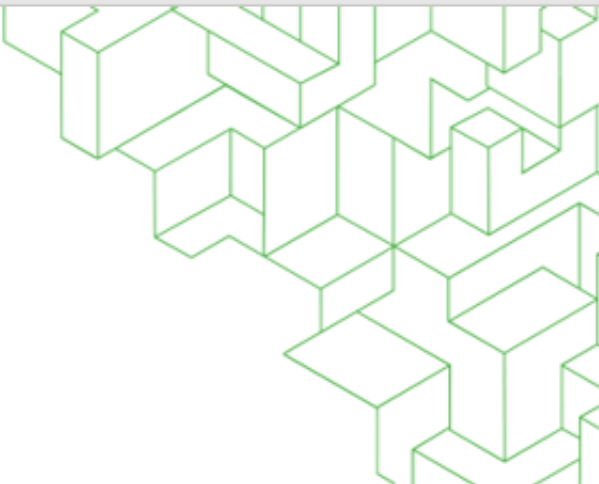
Вариант 1.



Вариант 2.

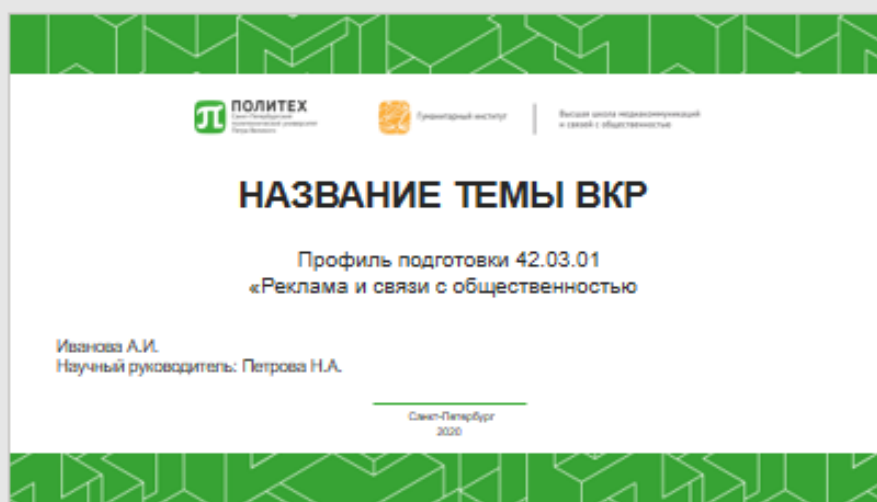
1	ПОЛИТЕХ Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого Государственный институт Высшая школа менеджмента и маркетинга и связей с общественностью НАЗВАНИЕ ТЕМЫ ВКР Профиль подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Иванова А.И. Научный руководитель: Петрова Н.А. Санкт-Петербург, 2020
2	Название слайда 
3	

Вариант 3.

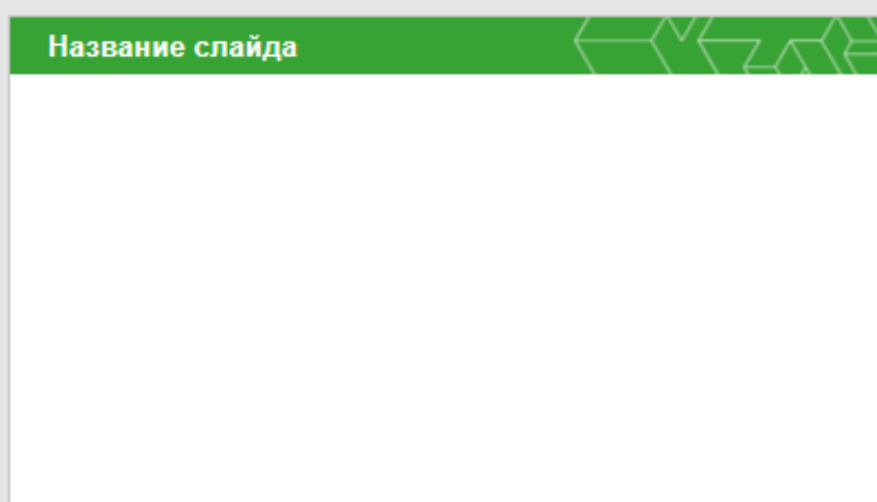
1	 ПОЛИТЕХ  Факультет дизайна Высшая школа профессионального и социального образования  НАЗВАНИЕ ТЕМЫ ВКР Профиль подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Иванова А.И. Научный руководитель: Петрова Н.А. Санкт-Петербург, 2020
2	Название слайда
3	

Вариант 4.

1



2



3



Форма отзыва руководителя выпускной квалификационной работы магистра

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Гуманитарный институт
Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью

ОТЗЫВ

научного руководителя
на выпускную квалификационную работу магистра
студента(ки) гр. _____

(фамилия, имя, отчество полностью)

на тему « _____ »

(название работы в точном соответствии с заданием)

1. Научная новизна ВКР _____

2. Оценка содержания работы _____

2.1. Положительные стороны работы _____

2.2. Замечания по ВКР (по желанию руководителя) _____

3. Рекомендации по использованию результатов работы (практическая значимость работы) _____

4. Оценка процесса работы выпускника над ВКР магистра

5. Оценка ВКР выпускника

Выпускную квалификационную работу Фамилия и инициалы студента(ки) оцениваю на отлично (хорошо, удовлетворительно). При успешной защите ВКР ему(ей) может быть присвоена квалификация магистра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

6. Рекомендации (если имеются)

1. Следует отметить склонность Фамилия и инициалы студента(ки) к научной работе.
2. Работа Фамилия и инициалы студента(ки) может быть опубликована (где?).
3. Работа Фамилия и инициалы студента(ки) может быть представлена на конкурс (какой?).
4. Фамилия и инициалы студента(ки) может быть рекомендована для продолжения обучения в аспирантуре.

7. Дополнительная информация для ГЭК

Научный руководитель

Должность, уч. степень, уч. звание

подпись

И.О. Фамилия

00.00.0000

Форма рецензии на выпускную квалификационную работу магистра

Общие положения:

1. Рецензент даёт отзыв на выпускную квалификационную работу, а не на личностные, профессиональные и т.п. качества выпускника.
2. Рецензия, как правило, должна содержать 2 – 3 печатных листа текста.

Блок № 1. Заголовок

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу магистра (*магистерскую диссертацию*)

« _____ »
(название работы в точном соответствии с заданием)

выполненную студентом(кой) Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью

Гуманитарного института

Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого

(фамилия, имя, отчество полностью)

Блок № 2. Актуальность работы

Раскрывается основное значение исследуемой в выпускной работе темы, ее актуальность (для кого, чего), характер (прикладной, теоретический и т.д.). Особо отмечается актуальность темы в настоящее время, и с чем это связано

Блок № 3. Характеристика работы

Дается анализ содержания ВКР магистра по главам. Раскрывается степень обоснованности основных положений, указывается, насколько методически правильно решена та или иная из поставленных задач, отмечается уровень научного и практического их исполнения, рациональность применённых методов решения.

Формируются общие выводы по работе в целом, особо подчёркивая

- соответствие выводов и рекомендаций содержанию выпускной квалификационной работы и обоснованность положений, выносимых автором на защиту;
- значимость практических результатов, либо теоретических исследований для практики, дальнейших исследований, учебного процесса...

Блок № 4. Замечания по работе

Отмечаются наиболее существенные недостатки, недоработки выпускной квалификационной работы.

Блок № 5. Вопросы по работе

В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ формулируются 2 – 4 (но не менее 2-х) существенных вопросов по представленной выпускной квалификационной работе.

Блок № 6. Заключение

Выпускная квалификационная работа Фамилия и инициалы студента(ки) по теме «Название темы в соответствии с Титульным листом» соответствует (не соответствует) требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам и заслуживает оценки «отлично, хорошо, удовлетворительно» (не заслуживает положительной оценки).

Рецензент

Должность, уч. степень, уч. звание

подпись

И.О.Фамилия

00.00.0000

Примечание: Заверение подписи рецензента, например, печатью желательно, но не обязательно.

Способы анализа эффективности рекламной (PR) кампании, проекта, специальных мероприятий

Вариант 1. Оценка эффективности PR-кампании

После реализации проекта студенту необходимо оценить эффективность проделанной работы, сравнив с целями, задачами, которые он ставили перед собой. Такая оценка позволит определить, были ли достигнуты поставленные цели, какую пользу принес проект, и насколько удачно были подобраны инструменты PR-кампании.

Основные измеряемые показатели:

1. Количество проведенных мероприятий за время PR-кампании.
2. Число людей/предприятий/СМИ, задействованных и посетивших мероприятия.
3. Доля вашей целевой аудитории в общем объеме посетителей мероприятий.
4. Количество лиц, обративших внимание на сообщения и PR- действия:
 - процент негативных впечатлений;
 - процент позитивных впечатлений;
 - количество появившихся новых полезных контактов в результате проведения кампании;
 - эффект от кампании с точки зрения получения дополнительных спонсоров, благотворителей, людей готовых оказать реальную помощь.
5. Сколько пресс-релизов, писем и т. д. было создано (даст представление о производительности сотрудников).
6. Количество сообщений, роликов, переданных СМИ.
7. Количество вышедших материалов и роликов в различных СМИ:
 - процент негативных статей или роликов;
 - процент позитивных материалов или роликов.
8. Мониторинг СМИ. Сбор вырезок из прессы и данных об упоминании в радио- и телепередачах.
9. «Посещения» в Интернете, число посетителей сайта в Интернет.
10. Количество запросов о дополнительной информации (например, при организации горячей линии в качестве части своей программы).

Показатели экономической эффективности PR- кампании:

11. Общий бюджет кампании.
 12. Долгосрочный возврат вложенных средств.
 13. Полученная прибыль.
- Стоимость на человека.*
14. Стоимость привлечения внимания одного члена аудитории. Для определения расходов в перспективе.
 15. Рентабельность – стоимость на тысячу. Определяется делением общего количества оказанных воздействий СМИ (рассмотренных выше) на стоимость программы создания широкой известности.
 16. Соответствовало ли разработанное сообщение проблемам и целям кампании и выбранному СМИ.
 17. Количество лиц, изучивших содержание сообщения.
 18. Количество лиц, изменивших свое мнение.
 19. Количество лиц, изменивших свое поведение.
 20. Количество членов целевой аудитории, которые выполнили действия, запланированные программой.
 21. Анализ допущенных ошибок, проанализировать адекватность исходной информации:
 - при определении целевых групп не осталось ли незамеченных;

- не оказались ли характеристики целевых групп ошибочными;
 - журналисты потребовали предоставить сведения, которых не оказалось в информационных материалах компании;
 - непредвиденное событие, потребовавшее дополнительного исследования или подготовки информационных материалов;
 - были ли определены все ключевые действующие лица ситуации.
22. Изменения в социальной, культурной и т. д. сферах.

Анкета для аудитории

(измеряется удержание в памяти, осведомленность и изменение мнения, отношения, поведения)

1) Слышали ли Вы о проведении PR-проекта ...?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

2) Участвовали ли Вы в каком-нибудь из мероприятий?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

3) Знаете ли Вы о существующей проблеме, решаемой посредством этого проекта?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

4) Если знаете о проблеме, то что

5) Как Вы считаете, какие из проведенных мероприятий были наиболее эффективными?

6) Что надо было добавить в проект (какие мероприятия, акции, действия), чтобы сторонников, последователей было больше

7) В каких СМИ Вы видели информацию, статьи или ролики на эту тему (указать название СМИ, если помните название статьи, передачи и т. д.)?

- а) газета _____
- б) журнал _____
- в) телевидение _____
- г) радио _____
- д) Интернет _____

Оценить по 5-балльной шкале:

8) Дайте оценку реализованному проекту

1 2 3 4 5

9) Оцените пользу этого проекта для себя

1 2 3 4 5

10) Оцените новизну информации, полученной на проекте, для себя

1 2 3 4 5

11) Изменилось ли Ваше мнение после участия в мероприятиях проекта

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

12) Какое мероприятие изменило Вашу точку зрения

13) Измените ли Вы теперь свое поведение ...

- а) да
- б) нет
- г) затрудняюсь ответить

14) Хотели ли бы Вы участвовать в подобных проектах в дальнейшем?

- а) да
- б) нет
- в) все равно

15) Хотели ли бы Вы сотрудничать с организаторами проекта?

- а) да
- б) нет
- в) может быть

16) Контактный телефон (дом, сотовый) _____

17) E-mail _____

18) Домашний адрес _____

Что бы Вы могли предложить для решения данной проблемы _____

Вариант 2. Оценка эффективности выставки

Количественными мерами оценки результатов выставки являются следующие:

1. Первичная обработка собранной во время выставки информации.

2. Сравнение показателей прошлого периода или запланированных с фактически полученными:

- объем предполагаемых продаж;
- общее количество контактов;
- доля нашей целевой аудитории в общем объеме посетителей выставки;
- количество людей, посетивших выставку;
- предполагаемый бюджет;
- долгосрочный возврат вложенных средств;
- прибыль;
- показатель экономической эффективности.

3. Расчет дополнительных показателей эффективности проделанной работы:

- доля перспективных клиентов в числе целевой аудитории;
- эффект от выставки с точки зрения получения дополнительных спонсоров;
- количество вышедших материалов и роликов в СМИ.

4. Формирование сводного отчета определяется по следующим элементам:

- оценке итоговой экономической эффективности проведения мероприятий;
- оценке итоговой количественной информации;

- Среди других субъективных и качественных показателей можно отметить следующие:*

- Выработать после проведенной оценочной работы рекомендации на следующий выставочный период.

В ходе PR-аудита используется методика «роза PR-аудит» и предназначенная для получения графических изображений данных. Итоговые графики строятся на основе оценок, которые «поставили» сами участники опроса различным направлениям PR своей компании (рис. 1). Кроме того, свои оценки выставляют консультанты.



Тип (лепестковая диаграмма) и структура графика (каждому критерию соответствует ось, а уровню развития данного направления – значение на оси) позволяет наглядно увидеть – насколько комплексно, равномерно и эффективно ведется PR-деятельность компании. Если «роза» хорошо «распустилась» – уровень развития PR в компании выше среднего. Если «роза растрепанная», то есть ее «лепестки» неодинаковые – это свидетельствует о том, что направления PR развиты неоднородно, существуют перекосы в PR-деятельности и некоторым направлениям не уделяется должного внимания.

Есть возможность сравнить между собой «розы» отдельных сотрудников, результирующую «розу» сотрудников компании и консультанта, «розы» ключевых топ-менеджеров (например, руководителя и начальника отдела маркетинга). Это сравнение тоже может дать много полезной информации, в частности, о степени взаимодействия менеджеров между собой, о схожести их понимания PR компании.

Уровень развития PR на предприятии определяется в процентном соотношении по формуле Шера – на основе результирующего графика сотрудников компании, результирующего графика консультантов. Эти графики также можно и нужно сравнить между собой. Если показатель разви-

тия PR в компании на предприятии составляет меньше 30% – стоит спросить «А существует ли в компании PR вообще?». Показатель от 50 до 70% является средним, 80 и более процентов – высоким.

4 способ. Оценка эффективности PR-мероприятия

Метод оценки – отчеты организаторской команды после PR-мероприятия (табл. 1).

Таблица 1

Примерная форма отчета организаторской команды PR-мероприятия

<i>Вес, %</i>	<i>Фактор</i>	<i>Петров (тот, кто заполняет)</i>	<i>Сидоров</i>
30	Качество работы Аккуратность и тщательность в работе.		
10	Планирование. Способность разрабатывать и реализовывать планы действий, адаптируя их к изменяющимся условиям.		
25	Организация. Способность эффективно исследовать ресурсы и время для достижения результатов.		
15	Руководство. Способность мотивировать и руководить людьми, устанавливать стандарты, оценивать работу других и способствовать ее улучшению.		
10	Коммуникация. Способность эффективно взаимодействовать с людьми, ясно выражаясь в устной и письменной формах		
10	Отношение к делу. Ответственность, способность работать с большой нагрузкой.		

Каждый фактор можно оценить по пятибалльной шкале.

Руководителем проекта каждый раз подсчитываются все баллы, все проценты. Данные заносить либо в виде графика, либо в виде таблицы.

Постепенно можно просматривать динамику повышения профессиональной компетентности коллектива, а повышение компетентности, профессионализма способствует повышению эффективности работы PR-отдела.

Отчеты можно оформлять в виде таблиц или в виде структурированного текста. В нем необходимо отразить:

- достоинства мероприятия;
- недостатки мероприятия;
- учтены ли были в этот раз недочёты прошлого мероприятия;
- новые положительные моменты.

Ответственный за такую отчетность каждый раз должен резюмировать все полученные отчеты, делать выводы об эффективности.

Если у компании есть своя страница в Интернете, то можно там разместить небольшую анкету (сейчас это очень распространено). Она необходима для оценки эффективности работы сайта.

1. Изучаете ли вы сайты в Интернете?
2. Сайты по каким темам представляют для вас интерес и почему?
3. Сколько времени в своем рабочем графике вы выделяете на мониторинг сайтов?
4. Что в первую очередь привлекает вас в Интернет-сайтах?
5. Что в первую очередь привлекает вас на нашем сайте?

6. Устраивает ли вас информационная полнота сайта?

Вариант 4. Оценка экономической и коммуникативной (психологической) эффективности рекламной кампании

Различают два принципиально разных вида эффективности рекламной кампании:

1. Эффективность психологического воздействия - коммуникативная эффективность - степень влияния рекламы на человека, т. е. оценка привлечения внимания потребителя, запоминаемости рекламы, воздействие рекламы на мотив покупки и т. п.

Для оценки коммуникативной эффективности рекламы используется целый комплекс качественных и количественных критериев. К качественным критериям относятся:

- влияние рекламы на изменение знаний о товаре;
- влияние рекламы на формирование позитивного отношения к нему;
- влияние рекламы на формирование намерения купить или попробовать товар.

В рекламной практике выделяют четыре основных показателя коммуникативной эффективности рекламы: узнаваемость, запоминаемость, притягательность и агитационную силу рекламы.

Узнаваемость рекламы – это критерий, по которому прежде всего оцениваются опознавательные знаки или внешние атрибуты торговой марки: товарный знак, логотип и эмблема, название фирмы и марки. Считается, что чем меньше времени потребителю требуется для распознавания торговой марки, тем выше показатель коммуникативной эффективности. По этому критерию оценивается рекламное сообщение в целом.

Запоминаемость рекламы – в основе использования этого критерия лежит гипотеза о том, что человек выберет ту марку, название и сведения о которой он лучше запомнил. Расширение знаний о марке увеличивает доверие к ней и повышает уровень ее качества в восприятии потребителей.

2. Экономическая эффективность – экономический результат, полученный в результате применения рекламного средства или проведения рекламной кампании. Основным методом для анализа экономической эффективности служат статистические и бухгалтерские данные.

Основными сложностями в определении экономического эффекта являются следующие:

- любая реклама или рекламная кампания, как правило, не дает полного эффекта сразу;
- рост товарооборота или прибыли может быть вызван другими (нерекламными) причинами.

Для подсчёта экономической эффективности специалистами предлагаются следующие методы:

Расчёт рентабельности рекламы:

$$P = (\Pi / Z) \cdot 100 \%,$$

Π - прибыль, полученная от рекламы;

Z - затраты на рекламу.

Расчёт экономического эффекта рекламирования - это соотношение между прибылью, полученной от дополнительного товарооборота, вызванного рекламными мероприятиями и расходами на рекламу:

$$\mathcal{E} = \frac{T_d \cdot N_t}{100 - (Z_p + P_d)},$$

Оценивается в денежных единицах;

T_д - дополнительный товарооборот (в денежных единицах);

N_т - торговая наценка за единицу товара (считается в процентах к цене реализации);

Z_р - затраты на рекламу (в денежных единицах);

P_д - расходы дополнительные (в денежных единицах).

Результат рекламных мероприятий может быть положительным, отрицательным или

нейтральным.

Расчёт дополнительного товарооборота (в денежных единицах):

$$Тд = Тс \text{ Пр } Д / 100,$$

Тс - среднедневной товарооборот до начала рекламного мероприятия (в денежных единицах);

Пр - относительный прирост среднедневного товарооборота за рекламный период по сравнению с «до рекламным» (считается в процентах);

Д - количество дней рекламного периода.

Экономическая эффективность рекламы может также определяться *методом целевых альтернатив*, путём сопоставления планируемых и фактических показателей, оцениваемых как вложения средств в рекламную кампанию.

$$Э = (Пф - З) / (Пп - З) \cdot 100 \%,$$

Э - измеряется в процентах;

Пф - фактическая прибыль за период действия рекламы (в денежных единицах);

Пп - планируемая прибыль.

Этот метод показывает уровень достижения цели.

Примеры описания источников информации***1. Отдельное издание одного автора***

Джоунс Дж. Ф. Рекламный бизнес: деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиапланирование, интегрированные коммуникации. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 784 с.

2. Отдельное издание нескольких авторов

Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. – М.: Флинта, 2009. – 296 с.

3. Отдельное издание без автора (сборник, коллектив авторов)

Реклама: внушение и манипуляция / Ред.-сост. Д.Я.Райгородский. – Самара: Бахрах-М, 2001. – 746 с.

4. Многотомное издание в целом

Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы: в 2 т. – М.: Евразийский регион, 1998.

5. Отдельный том многотомного издания

Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы: в 2 т. – М.: Евразийский регион, 1998. – Т.1. – 400 с.

6. Статья из журнала

Журавлева Н.Ю. Разработка пошагового алгоритма оценки эффективности рекламной кампании // Интеграл. – 2012. – № 6. – С.100 – 101.

7. Статья из газеты

Семенова Е. Смольный ждет стажеров // Петербургский дневник. – 2016. – 17 нояб. – С.3.

8. Электронные ресурсы:

Горлевская Л., Нижегородцев Р., Секерин В. Современные инновационные модели разработки рекламных кампаний [Электронный ресурс] // Школа финансового анализа. – URL: <http://www.beintrend.ru/2012-10-03-15-33-54>. – (дата обращения: 16.11.2016).

Примерная структура доклада студента на защите ВКР

- Представление темы ВКР
- Актуальность темы
- Объект и предмет исследования
- Цель и задачи исследования, гипотеза исследования
- Методы исследования
- Теоретические основания исследования
- Презентация теоретической главы и основные выводы по ней
- Характеристика предприятия
- Анализ коммуникативных практик предприятия и его проблем
- Практические рекомендации на основе анализа (презентация самостоятельно разработанной кампании)
- Общие выводы

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Учебно-методическое пособие
по подготовке и защите выпускной квалификационной работы магистра

Научный редактор М.С. Арканникова

Лицензия ЛР N 020593 от 07.08.97

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции
ОК 005-93, т. 2; 95 3004 – научная и производственная литература

Подписано в печать	Формат	60X84/16
Усл. печ. л.	Тираж 24	Заказ
Уч.-изд. л.		

Отпечатано с готового оригинал-макета, предоставленного авторами,
в ПОЛИТЕХ-ПРЕСС,
195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.
Тел.: 550-40-14
Тел./факс: 247-57-76