



Частное образовательное учреждение  
высшего образования

КУРСКИЙ ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА,  
ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

---

**РЕКОМЕНДАЦИИ**  
по написанию, оформлению и защите  
квалификационной работы  
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и  
связи с общественностью  
**Профиль «Реклама и связи с общественностью в  
отраслях и сферах деятельности»**

---

**Для студентов очной и заочной форм обучения**

**Курск-2023**

Рекомендации по написанию, оформлению и защите выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности», для студентов очной и заочной форм обучения: учебно-метод. пособие / сост. Н.А. Еськова, МЭБИК. – Курск:, 2023. – 43 с.

Рецензент:

к.э.н., доцент, ректор Курского института менеджмента, экономики и бизнеса Г.П. Огорокова;

В учебно-методическом пособии изложены рекомендации по написанию, техническому оформлению и защите ВКР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, учтены требования компетентностного подхода в соответствии в действующим ФГОС ВО.

## Содержание

1. Общие требования к написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	4
2. Общие требования к оформлению ВКР и демонстрационного материала	12
3. Требования к процедуре защиты ВКР	24
Список использованных источников	31
Приложения	32

## **1. Общие требования к написанию выпускной квалификационной работы (ВКР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Написание и защита ВКР – эта неотъемлемая часть Государственной итоговой аттестации (ГИА) студента. В рамках данного этапа ГИА формируются компетенции, обозначенные вузом в основной образовательной программе данного направления, в соответствии с ФГОС.

**Цель ВКР** - закрепление, углубление и специализация знаний и навыков студента в области рекламной и PR-деятельности путем самостоятельного решения им конкретных практических задач, предусмотренных квалификацией и профессиональным (в том числе должностным) предназначением.

Специфика данного вида работы заключается в том, что студент должен продемонстрировать:

1. Знание теоретических основ направления подготовки бакалавров.
2. Умение работать с эмпирическими данными (статистические данные, результаты первичных исследований, нормативные правовые акты, наблюдения и прочее).
3. Навыки применения теоретических знаний к изучению конкретных объектов или направлений исследования (новых направлений развития сферы связей с общественностью, возможности Public Relations в коммуникационной практике конкретной организации (компании) или исследования и решения частных проблем современных рыночных (бюджетных) структур).
4. Умение сформулировать и обосновать конкретные рекомендации по улучшению качества рекламного продукта или Public Relations.
5. Умение проведения исследования с учетом запросов и предложений рекламной и медиаиндустрии с целью оценки развития и оценки уровня сформированности общекультурных, ОПК и профессиональных компетенций бакалавра.

ВКР может иметь прикладной, теоретико-прикладной или творческий характер и должна отражать научно-теоретические или научно-методические аспекты направления подготовки. ВКР прикладного и творческого характера д.б. представлена решенным практическим (творческим) заданием прикладного характера,

созданной полезной вещью, продуктом, изделием и их презентацией. ВКР бакалавра должна содержать полноценный рекламный или PR-продукт (стратегию продвижения, рекламную кампанию, PR-кампанию, комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, бренд-бук, сценарии радио- или видеороликов с диалогами, эскизы макетов и проч.) и отражать практические этапы его разработки.

ВКР состоит из титульного листа, задания, содержания, введения, основной части, включающей три главы (которые, в свою очередь, состоят из параграфов), заключения, списка использованных источников. Работа должна содержать приложения. Дополнительными обязательными материалами к работе являются демонстрационный (раздаточный) материал и электронная презентация (для визуального сопровождения доклада на защите), составленная в помощью программы **PowerPoint**. Рекомендации по составлению демонстрационного материала и презентации студент получает от научного руководителя в электронном виде.

### **1.1. Требования к введению ВКР**

Введение является важной составной частью ВКР.

Оно должно включать в себя:

1. Актуальность темы исследования.
2. Цель работы.
3. Задачи работы (не менее 4-х, желательно по количеству параграфов содержания).
4. Объект исследования.
5. Предмет исследования.
6. Методы исследования.
7. Общую характеристику информационной базы исследования.
8. Описание структуры работы.

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

В качестве факультативных элементов во введении могут быть представлены: гипотеза исследования, аннотация основных частей и заключения.

## 1.2. Требования к основной части ВКР

Основная часть представляет собой развернутую систему аргументации выводов исследования. Основываясь на первичных и вторичных данных, студент должен в основной части ВКР обосновать конкретные выводы и предложения, которые он делает в заключении. Структура основной части работы должна отражать цель и задачи исследования и быть представлена в виде сложного плана (**обязательно 3 главы по три параграфа каждая**).

Например, тема: «Связи с общественностью в продвижении компании строительной отрасли (на примере АО «Сервисстрой», г. Москва)».

Примерная структура по данной теме:

Введение

1. Теоретические основы использования связей с общественностью в продвижении компании
  - 1.1. Продвижение товаров и услуг в системе рыночных отношений
  - 1.2. Роль связей с общественностью в развитии предприятия
  - 1.3. Особенности маркетинговых коммуникаций и рекламы в строительной сфере
2. Анализ и оценка работы системы связей с общественностью на предприятии (на примере АО «Сервисстрой», г. Москва)».
  - 2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия
  - 2.2. Оценка конкурентной среды АО «Сервисстрой», г. Москва
  - 2.3. Анализ планирования и реализации PR-мероприятий в АО «Сервисстрой», г. Москва
3. Разработка стратегии PR-деятельности в продвижении предприятия
  - 3.1. Антикризисные рекламные и PR-проекты предприятия
  - 3.2. Авторский проект PR-стратегии продвижения предприятия на рынке
  - 3.3. Оценка эффективности предложенной стратегии

Заключение

Список использованных источников

Приложения

СТРУКТУРУ, СОДЕРЖАНИЕ И НАЗВАНИЕ ГЛАВ И ПАРАГРАФОВ СТУДЕНТ ДОЛЖЕН ОПРЕДЕЛЯТЬ ТОЛЬКО СО СВОИМ РУКОВОДИТЕЛЕМ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ.

В **первой главе**, носящий **теоретический** характер (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название) необходимо представить анализ теоретических основ исследования, показать степень теоретической разработанности темы исследования и сформулировать четкую теоретическую позицию автора по исследуемым вопросам. Рекомендуется один из параграфов первой главы посвятить анализу существующих теоретических подходов к изучаемой проблеме.

Название параграфов и их содержание будет зависеть от конкретной тематики исследования, однако общая схема первой главы ПО ПАРАГРАФАМ должна быть следующей:

**Параграф 1.1.** рекомендуется посвятить анализу теоретических основ объекта исследования (рекламной и PR-технологии), понятийного аппарата, сущности проблемы, ее научной разработанности, значимости и необходимости государственного вмешательства и др.

**Параграф 1.2.** рекомендуется посвятить анализу методологии исследования рекламной или PR-деятельности по теме исследования.

**Параграф 1.3.** рекомендуется посвятить анализу конкретной отраслевой практики реализации рекламных и PR-технологий.

**Вторую главу (аналитическую)** (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название) рекомендуется посвятить позитивному анализу, т.е. изучению существующего состояния предмета исследования.

Глава посвящается предмету исследования – проблеме, преломленной через определенный рынок (или отрасль), в непосредственной связи с деятельностью некой компании. По сути, содержание второй главы представляет собой иллюстрацию того, как теоретические основы, изученные в первой главе, обретают практическое применение, со своими успехами и недостатками. Значительную роль здесь играют такие исследовательские методы, как ситуационный анализ и SWOT-анализ. Во второй главе также описываются условия и ход проведенного прикладного исследования, его стадии и этапы, подводятся общие итоги.

**Вторая глава должна непосредственно коррелировать с базой производственной и преддипломной практики, и в ней должны быть представлены результаты проведенных на практике исследований.**

Название параграфов и их содержание будет больше модифицироваться у студентов и больше зависеть от конкретной тематики исследования, однако рекомендуемая схема второй главы **ПО ПАРАГРАФАМ** может быть следующая:

В **параграфе 2.1.** необходимо представить анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации, органа власти).

**Параграф 2.2.** рекомендуется посвятить анализу рынка (отрасли) исследуемой компании с точки зрения особенностей PR-деятельности, характеристике изучаемой проблемы на примере компаний-конкурентов; и др.

В **параграфе 2.3.** следует представить результаты эмпирических исследований (анкетирование, социологический опрос, интервью и др.), оценки экономической или социальной эффективности деятельности, результаты экспертных оценок, SWOT-анализа, проблемного анализа предмета исследования и др. Необходимо обосновать потребность в разработке новых подходов к вопросу для повышения конкурентоспособности исследуемой компании.

При анализе и обработке материалов исследования применяются методы классификации, моделирования, сравнения, группировки, а также средние величины, ряды динамики, графические методы, социологические методы, SWOT-анализ и др.

Эта глава должна включать сравнительный анализ социально-экономических показателей в динамике, оценку прогрессивности методов управленческих решений в исследуемой организации, степени использования финансовых и кадровых ресурсов, и пр.

В **третьей главе (проектной)** (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название) рекомендуется осуществить нормативный анализ объекта исследования, т.е. продемонстрировать разрыв между должным (исходя из теоретических моделей) и существующим состоянием объекта исследования. В третьей главе должны быть представлены развернутые рекомендации по приведению объекта и предмета исследования в должное состояние с соответствующим обоснованием, конкретные шаги по улучшению рекламной или PR-технологии.



**Глава должна содержать полноценный рекламный или PR-продукт** (стратегию продвижения, рекламную кампанию, PR-кампанию, комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, бренд-бук, сценарии радио- или видеороликов с диалогами, эскизы макетов и проч.)

***Структура (перечень параграфов, их именование и логика) 3 главы не может быть универсальной и непосредственно коррелирует с темой ВКР и местом преддипломной практики.*** Однако рекомендуемая схема проектной 3 главы может быть следующая:

**Параграф 3.1.** рекомендуется посвятить определению перспективных рекламных и PR-технологий.

**В параграфе 3.2.** можно уделить внимание какой-либо узкой проблеме и путям её решения в пределах темы ВКР, которая может быть индикатором деятельности, существенным фактором развития или сдерживающим фактором для функционирования PR-или рекламной деятельности, реализации PR-технологии.

**Параграф 3.3.** должен носить проектный (рекомендательный) характер. Основные рекомендации должны быть направлены на экономическое обоснование предложенного авторского рекламного или PR-продукта, предложения по развитию коммуникационной инфраструктуры организации, работу с внутренней и внешней коммуникацией, коммуникацию со СМИ, коммерческими структурами, госслужбами, общественными организациями и пр.; работу с корпоративной культурой (формирование, поддержание), планирование, реализацию коммуникационных кампаний и др.

Основные рекомендации, представленные в параграфе 3.3. (предложения, макет программы, проект и др.) должны быть тщательно обоснованы теоретически, логически, методически, расчетно-аналитически и графически.

Таким образом, проектная глава должна включать обоснование каждого из предложений, описание сущности предложения, количественную оценку мероприятия, характеристику (перечень) работ, организацию внедрения этого мероприятия, ожидаемые результаты.

Основное требование, предъявляемое к третьей проектной главе ВКР состоит в том, что в ней должны быть разработаны конструктивные предложения (рекомендации) и дано всестороннее обоснование целесообразности и эффективности их внедрения, их непротиворечивости действующей нормативно-правовой базе России.

### 1.3. Требования к заключению

В заключении обобщаются результаты, выводы и предложения, сделанные в основной части ВКР. Количество выводов не может быть меньшим, чем количество параграфов ВКР. Заключение должно содержать конкретные предложения по практическому использованию результатов и выводов работы.

### 1.4. Требования к списку использованных источников

Список использованных источников должен содержать **не менее 50 наименований**, включающих в себя нормативные правовые акты, официальные документы, статистические сборники, монографии, научные статьи, учебные пособия, ссылки на сайты в Интернете и электронные базы данных. Количество учебных пособий не должно превышать 30% от общего количества источников, указанных в списке.

### 1.5. Требования к приложениям

В приложения к ВКР следует включать вспомогательные материалы, которые необходимы для более полного обоснования выводов по анализу, основных предложений, рекомендаций. Такими материалами могут быть расчеты, вспомогательные таблицы, действующие методики, выдержки из нормативных актов, диаграммы, логические схемы, фотографии и т.д.

ВКР по данному направлению разработанный рекламный или PR-продукт содержать в обязательном порядке медиа-приложение (видео-ролик, аудио-сопровождение, электронные макеты и др.)

### 1.6. Требования к оригинальности текста ВКР

Обучающийся несет ответственность за предоставление своей ВКР на проверку системой «Антиплагиат» за 20 дней до начала работы Государственной экзаменационной комиссии.

При предоставлении на кафедру ВКР, обучающимся заполняется заявление по форме (Приложение Г), в котором подтверждается его ознакомление с фактом проверки представленной им работы системой «Антиплагиат», отсутствие заимствований из печатных и

электронных источников, не подкрепленных соответствующими ссылками, и информированность об обязательном исправлении ВКР в случае обнаружения плагиата.

Обучающийся допускается к защите работы при наличии в ней не более 50% плагиата.

Научный руководитель имеет право допустить к защите ВКР, если анализ отчета проверки работы на плагиат, по его мнению, подтверждает самостоятельность выполнения работы. Решение о допуске подобной работы оформляет в своем отзыве на работу научный руководитель.

При наличии более 50% плагиата, ВКР должна быть возвращена обучающемуся на доработку в 10-дневный срок (при сохранении ранее установленной темы). После этого, производится повторная проверка, результаты которой должны быть получены не позднее, чем за 10 дней работы государственной экзаменационной комиссии.

При наличии 51% и более плагиата после доработки, ВКР к защите не допускается.

Обучающийся, не допущенный к защите выпускной квалификационной работы, считается не выполнившим учебный план и должен быть отчислен из МЭБИК.

Инструкция для обучающихся по работе в программе «Антиплагиат» представлена по ссылке - <https://www.antiplagiat.ru/> (бесплатно доступна демо-версия) или [AntiPlagiarism.NET](https://www.antiplagiat.net/) (предпочтительно).

Проверка оригинальности текста *в других программах ЗАПРЕЩАЕТСЯ.*

Рекомендации по предзащите, защите, прошивке и сдаче готовой ВКР выдаются научными руководителями студентам **индивидуально в электронной форме.**

## 2. Общие требования к оформлению ВКР и демонстрационного материала

Оформление исследования – это одновременный с созданием его содержания процесс, одна из важнейших стадий работы над исследовательским проектом. Текст ВКР должен соответствовать стандартным требованиям.

Текст ВКР должен быть выполнен на одной стороне листа белой односортовой бумаги (формата А4) в текстовой редакторе Word, шрифт «Times New Roman» (кириллица), размер шрифта №14, с полями: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 25 мм. Межстрочный интервал – 1,5. Длина строки – 64 знака, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак, количество строк на странице – 29-30. **Не допускается** оставлять в конце (или в начале) страницы пробелы до нижнего или верхнего поля более межстрочного интервала - 1,5.

**Выравнивание текста – по ширине страницы с включенным режимом переноса.**

Фразы, начинающиеся с новой «красной» строки, печатаются с абзационным отступом от начала строки, равным 12 мм (первая стандартная позиция табулятора).

Каждая глава, заключение, список использованных источников и приложения начинаются с новой страницы. Это требование не касается параграфов. Названия глав и параграфов отделяются от основного текста работы двойным интервалом. Такое же расстояние выдерживается между заголовками глав и параграфов (двойной интервал).

Заголовки глав и параграфов, состоящие из нескольких строк, печатаются через полуторный (1,5) интервал без использования режима переносов. Если заголовки состоят из нескольких предложений, то они отделяются точкой.

Точка в конце заголовка глав и параграфов, располагаемого посередине строки, не ставится. **Не допускаются** также подчеркивание, курсив и переносы в содержании, введении, заключении и списке использованных источников, заголовках.

Слова «содержание», «введение», «заключение», «список использованных источников», а также названия глав и параграфов, располагаются посередине страницы и записываются с использованием жирного шрифта «Times New Roman», размер шрифта №14 с

заглавной (строчной) буквы, без включенного режима Caps Lock (не заглавными буквами) (см. Приложение В).

В тексте работы перечисления должны быть представлены в виде нумерованного списка (строчные буквы кириллицы или латиницы с круглой скобкой и без точки после или арабские цифры без круглой скобки и после точкой).

Например:

- а) муниципальное управление;
- б) государственное управление.

или

- а) муниципальное управление;
- б) государственное управление.

или

1. Муниципальное управление;
2. Государственное управление.

При оформлении ВКР не допускается использование любых маркированных списков,

кроме

- .....;                    и                    - .....;
- .....;                    - .....;
- ..... .                    - .....

Во введении слова «актуальность темы работы», «цель», «задачи», «объект», «предмет», «методы», «информационная база исследования» должны быть выделены жирным шрифтом. Использование жирного шрифта в основной части работы не допустимо, за исключением записи заголовков глав и параграфов. Не допускается использование в работе курсива или подчеркивания.

При цитировании и в иных случаях необходимо использовать только русифицированный вариант кавычек – «...», а не “...”.

Работа должна быть напечатана одним цветом (черным). Тем же цветом выполняются таблицы и графический материал. Допускается включение в основной текст работы цветного графического материала (карты, графики, схемы, диаграммы). В текст основной части работы **не рекомендуется** помещать цветные фотографии и подобный им графический материал (логотипы фирм, гербовые знаки организаций и т.д.). Их желательно (в цвете) выносить в приложения.

В работе должны применяться специальные термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами, а при их отсутствии – общепринятые в научной литературе.

В тексте выпускной работы **не допускается**:

- применять обороты разговорной речи, профессионализмы;
- применять для одного и того же понятия различные научные термины, близкие по смыслу (синонимы), а также иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии, соответствующими государственными стандартами и др.

Объем ВКР – **не менее 50 страниц** печатного текста, не включая приложения.

Готовая ВКР прошивается в плотную папку на три прокола с завязкой (см. фото в папке "**Рекомендации ГМУ**", выдается студенту в электронном виде руководителем ВКР). Сшивание типографским способом не рекомендуется.

Отзыв руководителя работы в папку не подшивается, а прикладывается отдельно в файле.

### **Построение ВКР**

Оформление работы начинается с оформления титульного листа (см. приложение А). Следующая страница – «Задание к ВКР». Задание заполняет руководитель ВКР от руки на специально подготовленном бланке, а студент набирает информацию на компьютере и подшивает распечатанную страницу задания, считая её вторым листом ВКР (см. приложение Б).

Далее – «Содержание», представляющее собой развернутый план ВКР:

Введение

Основная часть (состоит из глав и параграфов)

Заключение

Список использованных источников

Приложения.

В содержании такие части работы, как «Введение», «Заключение» «Список использованных источников» и «Приложения», не нумеруются (см. приложение В). Напротив каждого наименования в правой стороне листа указывается номер страницы, с которой начинается данная часть работы.

## Нумерация глав и параграфов

Названия глав и параграфов работы должны четко и кратко отражать содержание разделов и подразделов.

Главы работы должны иметь порядковые номера в пределах всей работы, обозначенные арабскими цифрами с точкой и записанные по центру.

Параграфы должны иметь нумерацию в пределах каждого главы. Номер параграфа состоит из номера главы и параграфа, разделенных точкой. Например:

1. ....
  - 1.1. ....
  - 1.2. ....
  - 1.3. ....
2. ....
  - 2.1. ....
  - 2.2. ....
  - 2.3. ....
3. ....
  - 3.1. ....
  - 3.2. ....
  - 3.3. ....

## Нумерация страниц

Номера страниц в работе проставляются в середине верхнего поля арабской цифрой без точки и дефисов. Титульный лист, «Задание» и «Содержание» включаются в общую нумерацию страниц работы, но на этих страницах номер не проставляется. Страница, с которой начинается «Введение», включается в общую нумерацию, и на ней номер страницы проставляется. Страницы в таких частях работы, как список использованных источников и приложения, также проставляются.

Иллюстрации, таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы, и на страницах, на которых они расположены, номер также проставляется в середине верхнего поля.

## Иллюстрации (графики, схемы, диаграммы)

Количество иллюстраций (рисунков) должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста (**не менее 5 рисунков в пределах основного текста**). Иллюстрации могут быть расположены как по тексту (возможно ближе к соответствующим частям текста),

так и в конце его. Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией, размещая номер и пояснительный текст под иллюстрацией по центру страницы без точки в конце (см. рис.1).

Например:



Рисунок 1 - Направления деятельности PR-агентств

В названиях рисунков, состоящих из нескольких строк, не должно быть переносов (межстрочный интервал – 1,5), не допускается подчеркивание, использование курсива и жирного шрифта. В качестве иллюстраций могут выступать диаграммы, схемы, карты, картосхемы, графики и др. Однако все указанные виды графического (иллюстративного) материала по тексту обозначаются как рисунки.

При выполнении рисунков должен быть использован размер шрифта «Times New Roman» №12 или №14 (не мельче). Сам рисунок и название рисунка должны быть отделены от текста полуторным интервалом. Тот же интервал должен быть выдержан между рисунком и его названием (см. рис.1).

На каждый рисунок в тексте должна быть сделана ссылка – см. рис.1, 2, 3 и т.д.

Рисунки приложения не входят в общую (сквозную) нумерацию иллюстративного материала основного текста и имеют свою сквозную нумерацию в соответствующих приложениях. Например, рис.1. Приложение А или рис.2. Приложение А.

### Таблицы

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Основная часть работы должна содержать **не менее 5 таблиц**. Наименование следует помещать над таблицей слева, без абзачного отступа в следующем формате: Таблица Номер таблицы -



Наименование таблицы. Наименование таблицы приводят с прописной буквы без точки в конце. В названиях таблиц, состоящих из нескольких строк, не должно быть переносов (межстрочный интервал – 1,5), не допускается подчеркивание, использование курсива и жирного шрифта. Сама таблица и название таблицы должны быть отделены от текста полуторным интервалом. Тот же интервал должен быть выдержан между таблицей и ее названием.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами (с точкой) сквозной нумерацией (без значка №). Таблицы приложений не входят в сквозную нумерацию таблиц.

Пример оформления таблицы приведен ниже (см. таблицу 1).

Таблица 1 - Шаблон таблицы

Головка таблицы				Заголовки граф
				Подзаголовки граф
				Строки (горизонтальные ряды)

Боковик (графа для заголовков)      Графы (колонки)

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят.

Таблицы слева, справа и снизу, как правило, ограничивают линиями. Допускается применять размер шрифта в таблице меньший (№12), чем в тексте.

Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается.

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

Головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы.

Графу «Номер по порядку (N п/п)» в таблицу включать не допускается.

При переносе таблицы на следующую страницу указывается: «Продолжение таблицы 1» и полностью переносится головка таблицы (наименования столбцов).

Если в одном столбце таблицы расположены данные, имеющие одни и те же единицы измерения, то наименование этих единиц прописывается в головке таблицы, а в строках таблицы указываются только значения.

Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице измерения, то ее обозначение необходимо помещать над таблицей справа.

На все таблицы работы должны быть приведены ссылки в тексте. При ссылке на таблицу впервые печатается слово «Таблица» с указанием номера – например, см. таблицу 1; при повторном обращении к этой же таблице указывается: «таблица» и ее номер.

### Формулы

В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, если они не пояснены ранее в тексте, должны быть приведены непосредственно под формулой. Пояснения каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться со слова «где» без двоеточия после него.

Пример. Потери доходов (R) по каждому виду продукции вычисляются по формуле:

$$R = \sum P_{ni} \cdot p_i = \sum P_{ni} \cdot 1/n, (1)$$

где  $P_{ni}$  – величина спроса на продукцию;  
 $n$  – количество видов продукции.

Формулы, за исключением формул, помещаемых в приложении, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в круглых скобках, например: «... коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывается по формуле (1)...».

## Примечания

Слово «Примечание» следует печатать с прописной буквы с абзаца и не подчеркивать.

Примечания приводят в документах, если необходимы пояснения или справочные данные к содержанию текста, таблиц или графического материала. Примечания не должны содержать требований.

### Ссылки и список использованных источников

Ссылки на использованные в тексте работы источники оформляются следующим образом: если приводится цитата, то она берется в кавычки «..» и после нее в квадратных скобках указывается порядковый номер источника по списку литературы и страница источника. Например, ... А.Г. Гранберг делает упор на необходимость системного подхода к определению предмета науки и считает, что «...предмет региональной экономики в широком смысле сложен, многосторонен...» [17, с.14].

Если в тексте отражается основная мысль без цитирования, то кавычки не ставятся, и в ссылке указывается порядковый номер источника. Например, ... А.Г. Гранберг в своей научной работе говорил о необходимости системного подхода к определению предмета региональной экономики [17].

Если ссылка стоит в конце предложения, то не перед ней, а после ставится точка. **В работе НЕ ДОПУСКАЕТСЯ использование постраничных сносок.**

В списке использованных источников источники должны располагаться в следующем порядке:

1. Нормативно-правовые акты:
  - 1.1. Международные нормативно-правовые акты.
  - 1.2. Нормативно-правовые акты федерального значения.
  - 1.3. Нормативно-правовые акты регионального значения.
  - 1.4. Нормативно-правовые акты местного уровня.
2. Статистические сборники (сначала федеральные, потом региональные, затем муниципальные).
3. Монографии, статьи, учебники, фондовые материалы, отчеты, пояснительные записки и др. **(все перечисленные в п.3 источники выстраиваются в алфавитном порядке).**
4. Источники на иностранном языке (факультативно).
5. Информация из Интернет-сайтов.

В каждом блоке списка (за исключением НПА) источники перечисляются в алфавитном порядке. Однако подписывать названия блоков источников и отделять их интервалами не допускается.

Все источники в списке должны иметь сквозную нумерацию.

Ниже приведены примеры оформления источников из разных блоков списка использованных источников.

Ссылки на **нормативные правовые акты и документы** оформляются так:

1. Жилищный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон № 188-ФЗ: [принят Государственной думой 29 декабря 2004 года]: (с изменениями и дополнениями). – Доступ из справ.-правовой системы Гарант. – Текст: электронный.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации. Официальный текст: текст Кодекса приводится по состоянию на 23 сентября 2021 г. – Москва: Омега-Л, 2021. – 193 с. – Текст: непосредственный.
3. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон № 131-ФЗ: [принят Государственной думой 16 сентября 2003 года]. – Москва: Проспект; Санкт-Петербург: Кодекс, 2017. – 158 с. – Текст: непосредственный.
4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон № 131-ФЗ: [принят Государственной думой 16 сентября 2003 года]. – Доступ из справ.-правовой системы Гарант. – Текст: электронный.

Проекты НПА – не являются НПА, и в данный блок списка использованных источников не включаются.

Ссылки на **монографии, учебники или учебные пособия** одного или нескольких авторов оформляются следующим образом:

32. ....

36. Рой, О.М. Основы государственного и муниципального управления: учебное пособие / О.М. Рой. – Санкт-Петербург: Питер, 2017.- 416 с. – Текст: непосредственный.
37. Кара-Мурза, С.Г. Между идеологией и наукой. 2-е изд. / С.Г. Кара-Мурза. — Москва: Научный эксперт, 2017. — 248 с. – Текст: непосредственный.

Ссылки на **статьи из журналов и газет**:

38. ....

39. Лысенко, Н.Н. Признаки и факторы региональной приоритетности развития туризма / Н.Н. Лысенко // Региональная экономика. Теория и практика. - №20 (77). - июль. – 2017.- С.128-132. – Текст: непосредственный.
40. Сергеева, О.Ю. Вклад академика А.Н. Крылова в систему инженерного образования / О.Ю. Сергеева // Инновации в образовательном процессе: сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 155-летию со дня рождения А.Н. Крылова. – Чебоксары, 2018. – Вып. 16. – С. 22–24. – Текст: непосредственный.

**Ссылки на статьи из энциклопедии и словаря:**

15. ....

16. Бирюков, Б.В., Гастев, Ю.А., Геллер, Е.С. Моделирование / Б.В. Бирюков, Ю.А. Гастев, Е.С. Геллер // Большая советская энциклопедия. – 3-е изд.- Москва, 2014. – Т. 16. – С. 393-395. – Текст: непосредственный.

**Ссылки на интернет-сайты:**

74. ....

75. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: официальный сайт. - URL: <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 16.08.2021 г.). - Текст: электронный.

76. Электронная версия бюллетеня «Население и общество» Института демографии НИУ-ВШЭ: сайт. - URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/index.php> (дата обращения: 16.08.2021 г.). - Текст: электронный.

77. Янина, О. Н. Особенности функционирования и развития рынка акций в России и за рубежом / О. Н. Янина, А. А. Федосеева. – Текст: электронный // Социальные науки: social-economic sciences. – 2018. – № 1. – URL: [http://academymanag.ru/journal/Yanina\\_Fedoseeva\\_2.pdf](http://academymanag.ru/journal/Yanina_Fedoseeva_2.pdf) (дата обращения: 04.06.2021).

или

78. Янина, О. Н. Особенности функционирования и развития рынка акций в России и за рубежом / О. Н. Янина, А. А. Федосеева // Социальные науки: social-economic sciences. – 2018. – № 1. – URL: [http://academymanag.ru/journal/Yanina\\_Fedoseeva\\_2.pdf](http://academymanag.ru/journal/Yanina_Fedoseeva_2.pdf) (дата обращения: 04.06.2021). - Текст: электронный.

Источники списка должны быть набраны с использованием шрифта «Times New Roman» №14 через полуторный интервал.

Если источником нормативных правовых актов (НПА) стали электронные базы данных (Гарант, Консультант+ и др.) или сайты

Интернет, то НПА также размещаются в алфавитном порядке в первом блоке списка.

В конце списка использованных источников студент ставит свою подпись и дату окончания работы над ВКР.

### **Оформление приложений**

Приложения оформляются после списка использованных источников в конце работы. Включение отдельного листа с надписью по центру страницы «Приложения» не допускается. Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита (кириллицы), начиная с «А», за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность. Слово «Приложение» располагается по центру страницы без точки.

Допускается обозначать приложения заглавными буквами латинского алфавита, за исключением I и O.

В случае полного использования букв буквами русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Например:

#### **Приложение А**

##### **Структура органов исполнительной власти региона**

Каждое приложение оформляется с новой страницы.

Если приложение представлено на нескольких страницах, то на каждой следующей странице справа страницы указывается его приложение по следующему образцу:

##### **Продолжение приложения А**

В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте. Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц.

Представленный в приложениях текст, табличный и графический материал может быть набран без соблюдения требований оформления (по шрифтам, интервалам, цветовой гамме, включению фотографий и т.д.), предъявляемых к тексту основной части работы.

### **Составление и оформление демонстрационного материала к ВКР**

Демонстрационный (раздаточный) материал к ВКР – это совокупность дополнительных материалов (таблиц, рисунков, локальных актов, фотографий и др.), поясняющих положения выпускной квалификационной работы, выносимые на защиту и представляемые студентом в докладе. Демонстрационный материал не подшивается в папку с ВКР.

Демонстрационный материал составляется студентом в соответствии с рекомендациями руководителя ВКР и может содержать информацию следующего характера:

1. Нормативно-правовые акты или выписки из них по предмету исследования (можно из приложений).
2. Фактический материал по результатам проведенного эмпирического исследования (социологического опроса, экспертной оценки и др.).
3. Статистически данные, оформленные в виде таблиц или графического материала, поясняющие динамику анализируемых в работе процессов.
4. Фотографии, логотипы и иной материал, характеризующий предмет исследования и т.д.

Во время выступления на защите ВКР студент должен обращать внимание членов ГЭК на соответствующую таблицу, рисунок или иную информацию, помещенную в демонстрационный материал.

Рисунки в демонстрационном материале следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией, размещая номер и пояснительный текст под иллюстрацией по центру страницы без точки в конце (см. Приложение Д)

Таблицы также следует нумеровать арабскими цифрами (с точкой) сквозной нумерацией (без значка №) (см. Приложение Д).

Порядок нумерации таблиц и рисунков, не связан с их нумерацией в работе и приложениях, и определяется последовательностью их упоминания в докладе на защите ВКР.

Оформление титульного листа демонстрационного материала представлено в приложении Д.

Количество материала, предназначенного для демонстрации, должно быть достаточным для пояснения положений работы, выносимых на защиту.

### 3. Требования к процедуре защиты ВКР

Для защиты ВКР общепринята двухступенчатая процедура. Сначала проводится предварительная защита на выпускающей кафедре, затем - официальная защита на заседании Государственной экзаменационной комиссии (ГЭК).

#### Требования к предзащите ВКР

Вопрос о допуске студента к предварительной защите ВКР решается его научным руководителем, который указывает на титульном листе работы свое решение о допуске или не допуске к предзащите. Выпускник, представивший работу с нарушением установленного срока или требований, к защите не допускается.

Предзащита работы проводится с целью профессиональной оценки результатов, полученных выпускником, решения вопроса о допуске студента к официальной защите, а также для апробации доклада и полученных результатов.

**За 3 дня до назначенной даты предзащиты** выпускник должен предоставить на кафедру (или научному руководителю) первый экземпляр полностью оформленной работы. Работа без «визы» руководителя ВКР о допуске к предзащите не допускается.

Процедура предзащиты состоит из следующих действий:

- представление членам выпускающей кафедры (специально сформированной комиссии) названия ВКР, ее автора и научного руководителя;
- доклад автора (4 мин.);
- вопросы присутствующих по докладу и ВКР и ответы на них студента;
- дискуссия по ВКР;
- закрытое обсуждение сотрудниками кафедры результатов предзащиты.

**Доклад выпускника на предзащите не должен превышать 5-7 минут.** Речь должна быть достаточно громкой, а дикция отчетливой. Доклад должен производить цельное впечатление и содержать следующие структурные элементы: обоснование темы, цель работы, методы решения поставленных задач, основные результаты и их краткое обсуждение, основные выводы и рекомендации. На основе анализа работы и результатов предзащиты выносится решение о допуске к защите или отказе в этом (оценка не выставляется).



Решение о допуске студентов к защите ВКР оформляется экзаменационной ведомостью, содержащей запись о допуске, подписи членов комиссии и студента. ВКР не может быть допущена к защите в предложенном варианте при наличии одного из следующих недочетов:

- тема работы не раскрыта в содержании, и (или) содержание не соответствует теме исследования;
- работа не является самостоятельным авторским исследованием - (перепечатана из Интернета или других электронных источников информации);
- объем работы менее 50 страниц или количество источников в списке использованных источников менее 50;
- оригинальность работы - менее 50% авторского текста;
- в работе отсутствуют ссылки на использованные источники;
- оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям.

Если отмеченные замечания студент может исправить к назначенному сроку, кафедра выносит решение об условном отказе в допуске к защите. При этом кафедра устанавливает срок повторной предзащиты, после которой выносится окончательное решение о допуске к защите. В случае повторного невыполнения требований студент не допускается к итоговой государственной защите ВКР.

Результаты обсуждения ВКР доводятся до сведения студентов в день предзащиты и оформляются протоколом. Один экземпляр протокола представляется кафедрой в учебную часть для подготовки приказа о допуске студентов к итоговой государственной аттестации не менее чем за 7 дней до начала работы ГЭК.

После проведения предзащиты научный руководитель готовит отзыв на ВКР, а затем работа направляется на внешнее (справка о внедрении материалов работы) рецензирование.

### **Требования к защите ВКР**

Официальная защита ВКР проводится в сроки, установленные вузом для итоговой государственной аттестации. **Не позднее, чем за 10 дней до даты защиты** выпускник должен сдать на выпускающую кафедру (кафедру управления и связей с общественностью МЭБИК) один полностью оформленный экземпляр ВКР (в папку на 3 прокола), с вшитым прозрачным файлом в конце (см. фото в "Рекомендациях ГМУ").

После сдачи работы на кафедру студенту работа больше не возвращается. В ВКР за 2 дня до защиты должен быть вложен заверенный отзыв научного руководителя.

В прозрачный файл в конце ВКР вкладывается (**не подшивается**) **справка о внедрении материалов работы**, которая представляет собой внешний отзыв на работу. Справка о внедрении предоставляется органами власти разных уровней, государственными, муниципальными и частными предприятиями и организациями, субъектами хозяйственной деятельности, связанными с решением проблемы, рассматриваемой в работе. Справка составляется на имя заведующей кафедрой в 1 (одном) экземпляре, подписывается руководством учреждения, в котором выдается справка, и заверяется печатью.

Примерный вариант справки о внедрении представлен в приложении Е.

Также вместе с работой не позднее, чем **за 10 дней до защиты** студент сдает на электронном носителе (предпочтительнее на диске и др.) презентацию к докладу, составленную с помощью программы **PowerPoint**. Рекомендации по составлению презентации в электронном виде студенту предоставляются руководителем. Также шаблон презентации помещен на сайте МЭБИК (<http://www.mebik.ru/>) и в "Рекомендациях ГМУ".

Таким образом, на **диск записываются 3 файла:**

- файл ВКР в **WORD** не старше 2010 г. (с расширением .docx). Файлы с другим расширением не загрузятся в ЭБС-базу вуза.
- файл-отчет проверки в системе "Антиплагиат.ру".
- презентацию.

Выше указанные файлы рекомендуется подписать следующим образом (в порядке перечисления):

1. Иванов ВКР.docx.
2. Антиплагиат Иванов.docx (если использована демо-версия "Антиплагиат") или Антиплагиат Иванов.pdf (если использована коммерческая версия "Антиплагиат").
3. Иванов.pptx.

**Диск с записанными файлами ВКЛАДЫВАЕТСЯ в прозрачный файл в конце работы.**

**В день защиты** студент привозит с собой демонстрационный материал в 5 экземплярах. Демонстрационный материал помещается в обычные скоросшиватели (папки на 2 прокола).

Защита работы носит публичный характер и протекает аналогично предзащите. Перед защитой ответственный секретарь комиссии приглашает студента пройти к трибуне (к доске) и в его присутствии знакомит членов ГЭК с содержанием сопроводительных документов. После этого студенту дается слово для выступления с кратким докладом. **Регламент времени доклада – 6 минут.**

В своем выступлении студент должен отразить:

- актуальность темы;
- теоретические и методические положения, на которых базируется ВКР;
- результаты проведенного анализа изучаемого явления;
- конкретные предложения по решению проблемы; экономический, социальный и иные эффекты от разработок и т.п.

Основное внимание в докладе должно быть акцентировано на ключевых моментах научной новизны и практической значимости работы, их аналитическом обосновании. В заключение доклада выпускник должен дать собственную оценку достигнутым результатам исследования и возможности их практического применения. Во время доклада выпускник должен использовать демонстрационный материал (в папках на 2 прокола) и презентацию (слайды в редакторе (PowerPoint)).

После выступления студента, оглашения отзыва руководителя и внешней рецензии студент отвечает на заданные ему вопросы и замечания научного руководителя, рецензента, председателя и членов ГЭК, а также присутствующих на защите.

### **Критерии оценки работы по итогам защиты**

По результатам закрытого обсуждения ГЭК выставляет оценку по ВКР, которая затем вносится в приложение к диплому об окончании вуза.

В качестве критериев оценки работы выступают:

1. Актуальность предмета исследования, четкость цели, задач, гипотезы.

2. Глубина изучения избранной проблемы.

3. Характер представленного в работе материала (оценивается каждый из подпунктов):

3.1. Анализ информации, полученной в ходе самостоятельных наблюдений (изучение текстов, архивные изыскания, результаты практик и т.д.).

3.2. Обработка информации, уже имеющейся по данной проблеме:

- a) полнота и точность изложения содержания;
- b) объективность в передаче содержания первоисточника;
- c) критичность в передаче информации (раскрытие содержания со своей точки зрения на последовательность действий автора).

3.3. Экспериментальные данные или методические разработки, рекомендуемые для применения в вузах, на предприятиях и т.д.

- a) уровень организации и проведения экспериментов;
- b) соответствие методик экспериментов целям исследования, точность результатов экспериментов.

#### 4. Практическая значимость:

- a) применение в практике, области реальной жизни, где проявляется данная закономерность, идея, концепция и т.п.,
- b) создана модель эффективного применения знаний в реальной действительности,
- c) даны рекомендации для более высокого уровня организации деятельности,
- d) обоснованы методические рекомендации по теме исследования.

5. Логичность и стройность системы авторских доказательств, структурная упорядоченность.

6. Аргументированность и глубина предлагаемых выводов.

7. Оформление выпускной квалификационной работы.

8. Апробация результатов (наличие публикаций по теме исследования, выступления на конференции, внедрение в практику, подтвержденное соответствующим актом (справка о внедрении)).

9. Качество визуального сопровождения доклада на защите ВКР.

Максимальная оценка по каждому параметру пять баллов. Затем выводится средняя оценка (общее количество баллов делится на количество критериев, по которым выставлена оценка). Полученные результаты округляются.

Отсутствие какого-либо параметра в работе в зависимости от ее содержания не влияет на итоговую оценку. В итоге работа оценивается следующим образом, представленным в таблице 2.

Результаты заседания ГЭК оформляются протоколом и доводятся до сведения студентов в день защиты.

Таблица 2 - Критерии итоговой оценки ВКР

Оценка	Характеристика работы
«отлично»	Работа содержит самостоятельное оригинальное решение проблемы исследования, в которой предлагаются авторские проекты разрешения задач по наиболее актуальным вопросам, широко использованы научные методы исследования, содержатся глубокие научно-теоретические и практические обоснования выдвигаемых положений и рекомендаций и в целом отвечающая всем, без исключения, требованиям, предъявляемым к ВКР.
«хорошо»	Работа выполнена компилятивным методом, содержит достаточно глубокий теоретический анализ избранной проблемы, выдвигает научно обоснованные практические рекомендации и отвечает основным требованиям, предъявляемым к ВКР.
«удовлетворительно»	В работе недостаточно глубоко разработана научно-теоретическая база защищаемой проблемы, практические рекомендации не подкреплены конкретными исследованиями, а также не учтены основные требования, предъявляемые к ВКР.
«неудовлетворительно»	Работа не содержит научно-теоретического и практического исследования проблем ВКР и не отвечает основным требованиям, предъявляемым аттестационной комиссией к ВКР.

ГЭК может рекомендовать работу к опубликованию, внедрению или направлению на конкурс студенческих работ, а также отметить в протоколе целесообразность продолжения обучения в магистратуре.

В случае неудовлетворительной оценки ГЭК дает автору аргументированное заключение, которое оформляется протоколом и представляется на утверждение ректору вуза. Студент, получивший неудовлетворительную оценку при защите работы, считается незакончившим высшее учебное заведение. В этом случае Государственная экзаменационная комиссия может вынести решение о повторной защите студентом работы в следующем году. Тема ВКР в этом случае может быть изменена по рекомендации кафедры.

Защищенные ВКР сдаются на выпускающую кафедру и хранятся в течение пяти лет.

### Список использованных источников

1. Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 N 512 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью" [Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 N 47220]. – Доступ из справ.-правовой системы Консультант Плюс. – Текст: электронный.
2. ГОСТ Р 7.0.8-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения [утв. Приказом Росстандарта от 17.10.2013 N 1185-ст.] – Доступ из справ.-правовой системы Консультант Плюс. – Текст: электронный.
3. ГОСТ 7.32-2017. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления" [введен в действие Приказом Росстандарта от 24.10.2017 N 1494-ст.]. – Доступ из справ.-правовой системы Консультант Плюс. – Текст: электронный.
4. ГОСТ Р 7.0.100-2018. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления: утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 03.12.2018 N 1050-ст. – Доступ из справ.-правовой системы Консультант Плюс. – Текст: электронный.
5. Российская книжная палата: официальный сайт. - URL: <http://www.bookchamber.ru/> (дата обращения: 25.08.2023.). – Текст: электронный.

## Приложение А

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Факультет подготовки бакалавров

Кафедра управления и связей с общественностью

**Иванов Иван Иванович**

### **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ПРОДВИЖЕНИИ КОМПАНИИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ (НА ПРИМЕРЕ АО «СЕРВИССТРОЙ», Г. МОСКВА)**

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

#### **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

студента (ки) \_\_ курса (за)очной формы обучения

Зав.каф. УиСО к.г.н.,  
доцент

(ученое звание, должность)

Научный руководитель к.г.н.,  
доцент

(ученое звание, должность)

\_\_\_\_\_  
(личная подпись) Н.А.Еськова  
(ИОФ)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(личная подпись) В.В. Путин  
(ИОФ)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.



## Приложение Б

### Задание по подготовке к ВКР<sup>1</sup>

#### ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса» Задание по подготовке выпускной квалификационной работы

Студенту (ке) \_\_\_\_\_

1. Тема работы) \_\_\_\_\_

(утверждена приказом по вузу) № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

2. Срок сдачи студентом (кой) законченной работы (за 10 дней до начала работы ГЭК) \_\_\_\_\_

3. Исходные данные к работе \_\_\_\_\_

4. Перечень подлежащих разработке в ВКР вопросов или краткое содержание

а) \_\_\_\_\_

б) \_\_\_\_\_

в) \_\_\_\_\_

5. Перечень графического материала, схем, рисунков \_\_\_\_\_

6. Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

7. Формируемые компетенции: в соответствии с ФГОС, ОПОП и учебным планом.

Кафедра управления и связей с общественностью

Утверждаю \_\_\_\_\_ Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

дата

подпись

Руководитель \_\_\_\_\_

подпись

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_

дата

Подпись студента \_\_\_\_\_

<sup>1</sup> Задание выдается руководителем ВКР, заполняется студентом и подшивается напечатанным 2-м листом ВКР

**Приложение В****Содержание**

двойной интервал	↕	Стр.
Введение.....		4
1. ...		7
1.1. ...		7
1.2. ...		...
1.3. ...		...
2. ...		...
2.1. ...		...
2.2. ...		...
2.3. ...		...
3. ...		...
3.1 ...		...
3.2. ...		...
3.3. ....		...
Заключение....		69
Список использованных источников.....		71
Приложения.....		78

Текст содержания должен быть набран через полуторный интервал без включенного режима переносов.

Указываются страницы, с которых начинаются и главы и параграфы.

## Приложение Г

Ректору ЧОУ ВО «Курский институт  
менеджмента, экономика и бизнеса»

\_\_\_\_\_.  
студента(-ки) группы \_\_\_\_\_  
направления подготовки \_\_\_\_\_  
профиль \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

### ЗАЯВЛЕНИЕ

Настоящим заявлением подтверждаю, что в моей выпускной квалификационной работе на тему:

« \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_»,

представленной на кафедру не содержится элементов плагиата.

Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее письменных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Я ознакомлен(а) с действующим в ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса» Положением об обеспечении самостоятельности выполнения ВКР на основе системы «Антиплагиат» в Частном образовательном учреждении высшего образования «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», согласно которому обнаружение плагиата является основанием для недопуска ВКР к защите и применения дисциплинарных мер вплоть до отчисления из института.

Даю свое согласие на размещение моей выпускной квалификационной работы в электронной библиотечной системе Znanium.com.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_г. \_\_\_\_\_  
подпись ФИО студента

## **Приложение Д**

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Факультет  
подготовки бакалавров

Направление подготовки  
Реклама и связи с общественностью

### **ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ**

**НА ТЕМУ: Связи с общественностью в продвижении ком-  
пании строительной отрасли (на примере АО  
«Сервисстрой», г. Москва)**

Исполнитель \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О.Ф.)

Курск – 20\_\_\_\_

**Продолжение приложения Д**

Таблица 1 - Динамика показателей рынка труда регионов (в %)

Регион	Занятые		Безработные	
	2007	2008	2007	2008
Курская область	98	96	2	4
Белгородская область	99	97	1	3



Рисунок 1 - Субъекты Российской Федерации

**Приложение Е**  
**Примерный вариант справки о внедрении материалов ВКР**

Выходные данные  
учреждения, в котором  
выдается справка

зав. кафедрой  
УиСО МЭБИК  
Еськовой Н.А.

**Справка о внедрении материалов  
выпускной квалификационной работы**

Материалы ВКР студента (ки) \_\_\_\_\_  
ФИО

на тему «\_\_\_\_\_»

тема ВКР студента

актуальны и могут быть использованы в деятельности

\_\_\_\_\_  
название учреждения, организации, органа власти

особое внимание заслуживает информация:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_,

в частности предложение о \_\_\_\_\_.

Должность  
руководителя учреждения,  
организации, где выдается  
справка

ФИО руководителя  
подпись

## Приложение Ж

### Примерный перечень тем ВКР

1. PR в системе комплекса продвижения (на примере ...).
2. PR-технологии внутри компании сетевого маркетинга.
3. PR-кампания как способ повышения эффективности работы учреждений культуры (другой отрасли).
4. Авторские и смежные права в PR-деятельности (на конкретном примере защиты новых практических разработок).
5. Анализ PR-деятельности организации (на примере ...)
6. Анализ деятельности по формированию и поддержанию имиджа компании PR-инструментами (на примере ...).
7. Анализ рекламного рынка.
8. Анализ рекламной политики компании (на примере ...)
9. Анализ роли спонсорства и благотворительности в продвижении компании (на примере ...).
10. Анализ технических нововведений в рекламной кампании на конкурентоспособность товара.
11. Бриф как основной инструмент взаимодействия с руководителем.
12. Влияние моды на контекст рекламных роликов.
13. Внутрикorporативные мероприятия как PR-технологии.
14. Гендерные различия при производстве рекламного продукта.
15. Гендерный подход при определении целевой аудитории.
16. Деловое общение как инструмент PR-деятельности.
17. Значение маркетинговых исследований в рекламных кампаниях.
18. Значение фирменной айдентики (фирменного стиля, логотипа, ...).
19. Интеграция PR-технологий в процессе брендинга.
20. Информационные аспекты формирования репутации финансового института.
21. Использование технических средств в СО (на примере...).
22. Исследование организации и проведения кампании по рекламе и СО.
23. Место и роль рекламы в PR-деятельности (на примере ...).
24. Место информационной аналитики в системе рекламы и СО.
25. Место рекламы и СО в маркетинговой кампании издательского дома по продвижению журнала.

26. Методология и методика социологических исследований в сфере СО (на примере результатов исследования ...).
27. Методы анализа реакции зрителя на рекламный продукт.
28. Методы расчета оптимальной частоты появления рекламного продукта.
29. Механизм построения эффективной системы СО (на примере деятельности PR-агентства).
30. Механизм распознавания бренда потребителем.
31. Организация посещения объекта как форма PR-деятельности.
32. Основные кинематографические средства в рекламе и PR-кампаниях.
33. Особенности выставочной деятельности компании-экспонента (на примере ...).
34. Особенности проведения рекламных акций в СМИ.
35. Особенности психологического восприятия информации в кризисных ситуациях.
36. Особенности радиорекламы (на основе контент-анализа радиорекламы).
37. Особенности разработки пресс-релиза (на основе анализа содержания и оформления пресс-релизов).
38. Оценка эффективности PR-кампании.
39. Оценка эффективности рекламной кампании.
40. Паблсити как ключевой аспект взаимодействия PR-службы и СМИ.
41. Понятие креатива и современные проблемы понимания.
42. Понятие о маркетинговых коммуникациях.
43. Понятие о мобильном маркетинге.
44. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности.
45. Правовые аспекты регулирования рекламного рынка в России.
46. Практика СО в сырьевой промышленности России.
47. Принцип построения модели рекламы товаров и услуг.
48. Проблемы и пути формирования имиджа страны на международной арене.
49. Проблемы конструирования персонального имиджа.
50. Проблемы национальной специфики и её роль при построении рекламных кампаний.
51. Проблемы оценки эффективности работы службы по СО (на примере ...).



52. Проблемы оценки эффективности рекламной кампании.
53. Проблемы учета потребительского поведения при построении рекламных акций.
54. Проблемы формирования репутации.
55. Проведение рекламы с участием известных личностей: преимущества и недостатки.
56. Продажа рекламного пространства в системе различных информационных носителей.
57. Профессионально-этические нормы и принципы деятельности специалиста по СО.
58. Пути улучшения эффективности рекламы на телевидении.
59. Разработка PR-стратегии компании.
60. Разработка рекламной кампании (на примере...).
61. Регламентация деятельности и особенности PR-технологий современной пресс-службы.
62. Реклама в печати как элемент массовой коммуникации в PR (на основе контент-анализа печатной рекламы).
63. Реклама в системе комплекса продвижения (на примере ...).
64. Роль и место PR-коммуникаций в кризисных ситуациях.
65. Роль и место креатива в рекламной кампании.
66. Роль и место средств PR в оздоровлении несостоятельных предприятий.
67. Роль и функции специалиста по PR внутри компании.
68. Роль исследовательского отдела в структуре производства рекламы.
69. Роль медиа-проектов в современной системе маркетинга.
70. Роль определения целевой аудитории при построении маркетинговой политики.
71. Роль построения стратегии в сфере рекламы.
72. Роль пресс-службы в продвижении бренда организации.
73. Связи с инвесторами как приоритетное направление в сфере корпоративных коммуникаций.
74. Сеть Интернет как инструмент рекламы.
75. Создание PR-отдела внутри компании.
76. Соотношение креатива и коммуникационных технологий в PR-кампании.
77. Социально-политические и экономические основы PR современных условиях (на примере задач, решаемых подразделением по СО).

78. Специфика PR-деятельности в шоу-бизнесе (на примере ...).
79. Специфика использования телерекламы (на основе анализа телерекламы).
80. Специфика коммуникационной деятельности на предприятии в современных условиях.
81. Спонсорство как средство продвижения имиджа компании.
82. Сравнительная характеристика различных средств продвижения торговой марки.
83. Стратегии медиапланирования (на примере ...).
84. Технологии медиапланирования в системе деятельности по СО (практика опросов и электронных измерений аудитории).
85. Технология и механизм реализации задач PR на потребительском рынке товаров и услуг (на примере продвижения ...).
86. Технология маркетинговых исследований в сфере СО (на примере результатов исследования...).
87. Технология применения эффективной PR-кампании в Интернете (на примере ...).
88. Формирование и поддержание имиджа издательского дома инструментами СО (на примере ...).
89. Формирование имиджа негосударственного вуза.
90. Функции и виды консалтинга в PR (на примере деятельности консалтинговой фирмы).
91. Рекламное образование в России: тенденции и перспективы.
92. Реклама туризма и туристических услуг в России.
93. Реклама туризма и туристических услуг за рубежом.
94. Реклама культурно-развлекательных комплексов.
95. Региональный туризм и формирование бренда российского региона (на примере).
96. Реклама спорта и физкультуры.
97. Пенсионеры как целевая аудитория: тенденции и перспективы
98. Продвижение брендов российских регионов (на примере)
99. Сфера потребления как фактор появления рекламы.
100. Реклама в контексте искусства.
101. Реклама в контексте глобализации.
102. Реклама импортных товаров.
103. Особенности национальной информационной инфраструктуры: российские ситуации с рекламоносителями.
104. Проблема неблагозвучия в российской рекламе.

105. Реклама: информация о ценностях общества.
106. Инновационные решения рекламы в наружной рекламе.