

Методические указания

по написанию выпускной квалификационной работы для студентов,
обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль):

«Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR»

квалификация (степень) - бакалавр

Методические указания предназначены для студентов Московского Международного университета, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

Содержит учебно-методический материал для подготовки выпускной квалификационной работы: примерную тематику работ, требования, предъявляемые к содержанию выпускных квалификационных работ, методические указания по выполнению отдельных разделов работы, правила оформления ВКР, образцы документов, необходимых при оформлении ВКР, рекомендации по подготовке к защите ВКР и т.п.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2. ПОДГОТОВКА К ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ	10
2.1. Выбор темы работы и материала исследования	10
2.2. Прохождение преддипломной практики и сбор фактического материала	11
2.3. Подбор и изучение литературы	13
2.4. Составление плана выпускной квалификационной работы	14
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ ОТДЕЛЬНЫХ РАЗДЕЛОВ ВКР	15
4. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ	22
5. ПОДГОТОВКА К ЗАЩИТЕ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ	31
5.1. Подготовка презентации	35
5.2. Оформление работы	
5.3. Подготовка доклада	37
5.4. Защита выпускной квалификационной работы	38

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Образец задания на ВКР

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Примерная тематика выпускных квалификационных работ

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Пример оформления содержания

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Пример оформления списка литературы

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Образец Аннотации

ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Аннотация

ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Образец титульного листа

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящие Методические рекомендации составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта к итоговой государственной аттестации бакалавра по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль): «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR».

Выпускная квалификационная (бакалаврская) работа (ВКР) является формой государственной итоговой аттестации, цель которой установить соответствие уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач, требованиям соответствующего Федерального государственного образовательного стандарта, проверить и оценить приобретенные студентом в процессе обучения общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

К государственной итоговой аттестации, соответственно к подготовке и защите ВКР, допускаются студенты, успешно завершившие теоретическую и практическую подготовку в соответствии с учебным планом и не имеющие академической задолженности.

Бакалаврская работа – это самостоятельная работа студента, базирующаяся на знаниях, умениях и навыках, полученных им за период обучения в университете. Степень самостоятельности выполненной работы проверяется посредством определения процента уникальности текста с помощью информационной системы «Антиплагиат.ВУЗ».

Выполняя бакалаврскую работу, студент должен показать умение применять полученные теоретические и практические знания, систематизировать и анализировать фактический материал, выдвигать и обосновывать предложения, направленные на повышение эффективности коммуникационной деятельности исследуемого объекта.

Подготовка бакалаврской работы – это комплексная проверка готовности выпускника к практической работе и вместе с тем форма и способ проявления его индивидуальности, инициативы, самостоятельности,

творческого осмысления коммуникационных процессов, умения высказывать, обосновывать собственное мнение.

Выпускная квалификационная работа выполняется в соответствии с учебным планом и имеет своей целью проверить приобретение студентом-выпускником необходимых общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Успешная защита выпускной квалификационной работы является основанием для подтверждения соответствия уровня профессиональной подготовки студента требованиям государственного образовательного стандарта, приобретения им необходимых компетенций и присвоения ему степени бакалавра.

Общие требования к ВКР

Выполнение бакалаврской работы предполагает решение следующих основных задач:

- теоретическое обоснование и раскрытие сущности исследуемой проблемы;
- обработка, систематизация и анализ фактических данных;
- разработка конкретных рекламных, коммуникационных или PR-мероприятий, реализация которых позволит наметить пути решения выявленных проблем;
- литературное изложение и правильное оформление ВКР с соблюдением всех требований к содержательной, формальной и технической сторонам работы.

Задачи бакалаврской работы определяют ее объем и структуру. Объем работы составляет **55-65 страниц**.

Выпускная квалификационная (бакалаврская) работа должна представлять собой законченную разработку актуальной проблемы и обязательно включать в себя **три главы**:

- 1) теоретическую главу, где студент должен продемонстрировать свои знания теории вопроса;

2) аналитическую главу, в которой необходимо показать умение использовать методы анализа коммуникационной деятельности исследуемого объекта;

3) практическую главу, в которой содержатся разработки, обеспечивающие повышение эффективности рекламной, коммуникационной или PR-деятельности исследуемого объекта.

Разделы работы	Примерный объем, стр.
СОДЕРЖАНИЕ	1
ВВЕДЕНИЕ	2-3
Глава 1. (ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ) НАЗВАНИЕ 1.1. Название параграфа 1.2. Название параграфа	12-17
Глава 2. (АНАЛИТИЧЕСКАЯ) НАЗВАНИЕ 2.1. Название параграфа 2.2. Название параграфа	25-30
ГЛАВА 3. (ПРАКТИЧЕСКАЯ) 3.1. Название параграфа 3.2. Название параграфа	10-12
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	3-4
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	2-3
ПРИЛОЖЕНИЯ	

В зависимости от характера исследования, специфики, уровня проработанности проблемы и т.п. возможны отступления от типового содержания и структуры. Однако общую схему и логику выпускной квалификационной работы необходимо сохранять.

В каждой главе выделяются пункты (параграфы). Необходимо, чтобы все главы и параграфы внутри главы были примерно соразмерны друг другу и соединены между собой последовательностью изложения текста, связаны

общим смыслом. Вместе с тем, каждая глава может носить самостоятельный характер.

Цель бакалаврской работы определяет требования к ней:

- высокий теоретический уровень работы, что достигается путем глубокого изучения законодательных и нормативных документов, работ российских и зарубежных ученых;
- критическое осмысление взглядов профессионалов по освещаемым дискуссионным вопросам, умение высказать и обосновать собственное мнение;
- умение логично и грамотно излагать свои мысли, аргументировать предложения, правильно пользоваться специальной терминологией;
- глубокий анализ той или иной проблемы по материалам конкретного предприятия или организации за последние 2-3 года;
- знание методики и техники аналитической обработки отчетных материалов;
- самостоятельность, реалистичность, обоснованность и эффективность выдвигаемых предложений;
- оформление бакалаврской работы в соответствии с требованиями.

Таким образом, бакалаврская работа нацелена на разработку и обоснование коммуникационных мероприятий, необходимость которых выявлена в результате всесторонне проведенного анализа. ВКР предполагает наличие глубоко проработанной теоретической главы, развернутой аналитической главы. В третьей главе по результатам проведенного исследования студент разрабатывает предложения по решению рассматриваемой проблемы и всесторонне их обосновывает.

Подробнее методика подготовки отдельных глав бакалаврской работы изложена в п. 3 настоящего учебно-методического пособия.

Бакалаврская работа выполняется студентами Московского

международного университета под контролем кафедры общегуманитарных наук и массовых коммуникаций, которая

- разрабатывает примерную тематику ВКР;
- назначает научного руководителя ВКР;
- осуществляет проверку готовых работ и решает вопрос о возможности допуска их к защите;
- организует работу Государственной экзаменационной комиссии (ГЭК).

Научными руководителями выпускной квалификационной работы назначаются преподаватели кафедры общегуманитарных наук и массовых коммуникаций Московского международного университета.

Научный руководитель осуществляет руководство всем процессом выполнения бакалаврской работы. После закрепления за студентом темы ВКР научный руководитель

- размещает в электронной образовательной среде университета (ЭСДО) Задание на ВКР (Приложение 1), в котором определяется содержание основных разделов работы и сроки выполнения каждого раздела (календарный график). Студент должен выполнять бакалаврскую работу в строгом соответствии с утвержденным Заданием;

- контролирует выполнение ВКР и проводит консультации по разделам, корректирует и уточняет план и структуру работы;

- следит за графиком выполнения работы. Своевременно сообщает заведующему кафедрой о нарушениях сроков выполнения ВКР;

- отвечает на вопросы студента, разъясняет непонятные моменты, отмечает недостатки работы и дает рекомендации по их устранению;

- проводит итоговую проверку выполнения ВКР;

- проверяет соответствие оформления работы требуемым нормативам;

- подготавливает отзыв руководителя на ВКР студента, в котором оценивает качество выполнения квалификационной работы, её соответствие

требованиям, предъявляемым к бакалаврским работам, соблюдение студентом графика выполнения работы и др.;

- проводит предзащиту выпускной квалификационной работы;
- консультирует при подготовке к защите работы.

Студент-выпускник обязан в соответствии с утверждённым календарным графиком представлять научному руководителю результаты своей работы, консультироваться с ним по различным вопросам, возникающим в процессе научного исследования.

Студентам следует иметь в виду, что научный руководитель не является ни соавтором, ни редактором выпускной квалификационной работы, не исправляет имеющиеся в работе теоретические, методологические, стилистические, орфографические и другие ошибки.

Ответственность за разработку, освещение темы, качество выполнения и правильность оформления квалификационной работы лежит только на студенте-выпускнике.

В предусмотренные календарным планом сроки (см. Задание), законченные разделы должны сдаваться на проверку научному руководителю. Научный руководитель, проверив раздел, может возвратить его для доработки вместе с замечаниями. Студент должен устранить замечания в установленный срок. После того, как написаны и доработаны все разделы, работа вся целиком сдаётся на проверку руководителю. Если работа, по оценке научного руководителя, соответствует требованиям к содержанию, структуре, объёму и оформлению выпускных квалификационных работ, научный руководитель предоставляет студенту код для проверки ВКР в информационной системе «Антиплагиат.ВУЗ». Код сообщается студенту в ответном сообщении в окне обмена файлами «Выполнение ВКР» дисциплины «Преддипломная практика». Проверка ВКР в системе «Антиплагиат.ВУЗ» является обязательной.

Невыполнение студентом указаний руководителя, уклонение от информации о ходе работы, неявка без уважительных причин на предзащиту

дают основание для рассмотрения кафедрой вопроса о недопуске студента до защиты ВКР.

При успешной проверке ВКР в системе «Антиплагиат.ВУЗ» руководитель оценивает итоговую версию ВКР, загруженную в дисциплину «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы» ЭСДО, и дает отзыв о выпускной квалификационной работе студента.

2. ПОДГОТОВКА К ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

2.1. Выбор темы работы и материала исследования

Подготовка к написанию выпускной квалификационной работы начинается с *выбора темы работы и материала исследования*. Выпускная квалификационная работа должна быть написана на актуальную тему, результаты работы должны быть применимы для полного или частичного использования в практической деятельности организации, выбранной в качестве материала исследования.

Тему выпускной квалификационной работы студент выбирает самостоятельно, руководствуясь списком рекомендованных тем для выпускных квалификационных работ для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», разработанным и утвержденным кафедрой общегуманитарных наук и массовых коммуникаций. (Приложение 2). При разработке тематики выпускных квалификационных работ кафедра учитывает актуальность, теоретическое и практическое значение предлагаемых тем.

Правильный выбор темы имеет большое значение для успешного написания выпускной квалификационной работы. При выборе темы студент должен исходить из места своей нынешней или предполагаемой в будущем работы, тематики выполненных ранее курсовых работ, наличия достаточного количества специальной литературы по исследуемой проблеме, места

прохождения преддипломной практики.

Выбор темы во многом зависит от возможности получения соответствующего фактического материала. В отдельных случаях студент может выбрать тему, которая не включена в утвержденный кафедрой список рекомендованных тем, но отражает специфику и практический опыт автора. Во всех случаях тема должна быть обсуждена и согласована с научным руководителем и утверждена заведующим кафедрой.

Материал исследования выбирается студентом самостоятельно. В качестве материала исследования студенты направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» могут выбирать предприятия и организации любых отраслей, обеспечивающих доступ к информации, необходимой для подготовки ВКР.

Материал исследования должен совпадать с местом прохождения преддипломной практики, в ходе которой студент собирает необходимый фактический материал.

После выбора темы студент согласовывает тему с научным руководителем на форуме для консультаций в дисциплине «Преддипломная практика». При этом студент в свободной форме описывает организацию, в которой проходит преддипломную практику, указывает ИНН организации, обосновывает применимость выбранной темы к ее деятельности.

После согласования темы ВКР студент подает Заявление об утверждении темы ВКР. Заявление с подписью студента загружается в ЭСДО.

Окончательно тема выпускной квалификационной работы утверждается приказом ректора АНОВО «Московский международный университет». После утверждения приказа тема работы и материал исследования изменению не подлежат.

2.2. Прохождение преддипломной практики и сбор фактического материала

Важным этапом подготовки ВКР является преддипломная практика,

начало и продолжительность которой определяются учебным планом основной образовательной программы.

Требования к прохождению практики изложены в Положении о производственной практике, частью которой является преддипломная практика.

Во время практики происходит сбор фактического материала, необходимого для выполнения выпускной квалификационной работы. Обобщение и анализ собранного материала должны явиться основой для подготовки аналитической главы работы и разработки предложений.

Основными источниками данных при выполнении выпускной квалификационной работы студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» являются:

- отчеты о проведении маркетинговых исследований компании;
- отчеты о проведении рекламных, PR или коммуникационных кампаний;
- публикации в СМИ, касающиеся деятельности организации;
- материалы, публикуемые организацией в собственных каналах коммуникации (официальный сайт, сообщество в социальной сети, корпоративное издание и т.п.);
- рекламные и PR-материалы, медиапланы, планы коммуникационных кампаний, брифы и т.п.;
- иные внутренние документы организации и подразделения.

На основе собранных данных составляются аналитические таблицы, диаграммы, графики, проводится анализ коммуникационной деятельности организации.

Отбор данных производится за последние 2-3 года в сопоставимых показателях. Собранный за 2-3 года материал дает возможность рассмотреть динамику, установить определенные тенденции, выявить закономерности. При сборе фактического материала следует обращать особое внимание на те данные, которые позволят сформулировать и обосновать предложения по

ликвидации недостатков в организации рекламной/ коммуникационной/ PR-деятельности, разработать конкретные мероприятия по ее совершенствованию.

Систематизация, обобщение и анализ фактического материала позволит студенту наполнить выпускную квалификационную работу различными таблицами, диаграммами, графиками, которые повысят наглядность и убедительность приводимого в работе материала.

2.3. Подбор и изучение литературы

Во время прохождения преддипломной практики студент начинает подбор и изучение теоретического материала и источников.

К подбору литературы следует приступать сразу после выбора темы. Подбор литературы начинается с изучения перечня источников, рекомендованных в процессе изучения соответствующих учебных курсов, использованных при написании курсовых работ. Опираясь на эти сведения, студент самостоятельно расширяет перечень литературы, подбирает и изучает литературу в библиотечных каталогах. При этом следует подбирать литературу, освещающую как общетеоретические и методологические вопросы, так и действующую практику по изучаемому вопросу.

При подготовке выпускной квалификационной работы должны быть широко использованы новейшие учебники, учебные пособия, специальные монографии, сборники научных трудов, библиографические справочники, статистические и информационные материалы, публикуемые в профессиональной прессе.

Студенты должны показать умение работать с материалами периодических изданий, среди которых можно рекомендовать журналы «Реклама: теория и практика» <https://grebennikon.ru/journal-html#>, интернет-журнал «Практика Рекламы» - <http://www.prosmi.ru>, интернет-порталы о рекламе: <https://www.advesti.ru/>, <https://workspace.ru> и др.

После подбора литературы необходимо предварительное ознакомление

с отобранной литературой. Без такого ознакомления нельзя получить ясного представления о круге вопросов, охватываемых темой, и составить обоснованный первоначальный вариант плана работы. Последующее глубокое изучение источников является основой написания теоретической главы работы и дает студенту возможность квалифицированно, со знанием дела подобрать необходимый фактический материал.

Все использованные источники в последующем оформляются (в соответствии с требованиями стандарта) в виде Списка литературы.

2.4. Составление плана выпускной квалификационной работы

На основании предварительного ознакомления с источниками должен быть тщательно продуман и составлен план выпускной квалификационной работы. Конкретное содержание плана определяется темой исследования. В плане должны быть выделены актуальные вопросы темы. Правильно составленный перечень основных вопросов позволяет осуществить разбивку ВКР на главы, наметить параграфы внутри глав.

Выпускная квалификационная работа обычно состоит из введения, трех глав и заключения. В каждой главе должно быть не менее двух параграфов. Примерные планы (Содержание) ВКР приводятся в Приложении 3.

Структуру работы, количество глав, их название и содержание, деление на параграфы (пункты) студент-выпускник определяет сам, консультируясь с научным руководителем.

В ходе работы над ВКР, анализа фактического материала план бакалаврской работы может уточняться в части содержания отдельных глав и параграфов (пунктов), что может быть вызвано недостаточным для освещения намеченных вопросов объемом фактически собранного материала или получением новых данных, представляющих теоретический и практический интерес.

Уточнения и изменения плана в обязательном порядке согласовываются с научным руководителем.

Составление плана является ответственным этапом в выполнении выпускной квалификационной работы. В ходе его формирования конкретизируется общая направленность работы, масштабы и глубина исследования, намечаются объекты и источники получения практического материала.

План должен отражать основную линию исследования темы выпускной квалификационной работы, ее цель, задачи и последовательность освещения проблемы.

Подготовленный план рассматривается, в случае необходимости корректируется, и утверждается научным руководителем. Дальнейшая работа ведется в строгом соответствии с утвержденным планом.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ ОТДЕЛЬНЫХ РАЗДЕЛОВ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

После утверждения плана работы студент приступает к выполнению выпускной квалификационной работы, в ходе которой необходимо:

- изучить теоретические основы проблемы и изложить их;
- обработать и проанализировать собранный фактический материал;
- на основе проведенного анализа сделать соответствующие выводы;
- по результатам исследования разработать и обосновать конкретные предложения, направленные на улучшение коммуникационной деятельности исследуемой организации.

Фактическая структура основной части выпускной квалификационной работы зависит от выбранной темы и определяется ее содержанием. Однако рекомендуется соблюдать ряд общих требований, определяющих объем каждого раздела работы.

ВВЕДЕНИЕ

Введение формирует восприятие выпускной квалификационной работы в целом, в дальнейшем может служить основой или являться началом для доклада на защите ВКР.

Во введении

- обосновывается актуальность выбранной темы;
- формулируются цель и задачи исследования;
- описываются объект и предмет исследования;
- характеризуется материал исследования;
- указывается период исследования;
- указываются теоретические источники и методы исследования;
- определяется практическая значимость проведенного исследования.

Объем введения, как правило, не превышает двух-трех страниц печатного текста.

Цель исследования в выпускной квалификационной работе – это стратегический итог, которого планируется достичь в результате ее выполнения. (Например: «Разработать план коммуникационной кампании предприятия»).

На основе поставленной цели формулируются основные *задачи*, которые должны быть решены в ходе исследования. Поставленные задачи соответствуют пунктам плана ВКР, описание их решения составляет содержание разделов бакалаврской работы.

Задачи обычно формулируются в форме перечисления: изучить ..., исследовать ..., установить ..., выявить ..., дать..., разработать, ...и т.п.

Кроме того, необходимо указать и методы исследования (например, сравнение, анализ данных, наблюдение, опрос и т.д., количественные и качественные методы).

Введение к выпускной квалификационной работе пишется на завершающем этапе исследования.

ГЛАВА 1. (ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ)

Первая глава посвящается исследованию теоретических вопросов и, как правило, включает 2-3 пункта.

В первой главе особую значимость имеет правильная современная трактовка понятий, обзор отечественной и международной практики рекламной (коммуникационной) деятельности.

В первой главе раскрываются основные теоретические положения в рамках выбранной темы и в отношении рассматриваемого вида маркетинговых коммуникаций (реклама или связи с общественностью), определяется значение и важность рациональной рекламной (коммуникационной) политики, затрагиваются дискуссионные вопросы, и при этом следует обязательно излагать собственную позицию. Можно также обосновывать специфические подходы и методики анализа, если таковые являются оригинальными и определяются особенностями темы и объекта исследования.

Широта тематики выпускных квалификационных работ не позволяет разработать единый подход к написанию данного раздела. Поэтому его основное содержание, глубина и степень проработки определяются темой ВКР. Исследование теоретических вопросов должно быть увязано с третьей, практической главой работы и служить основой для разработки предложений в третьей главе ВКР.

Объем теоретической главы не должен превышать 30% объема работы (примерно 15-20 страниц).

ГЛАВА 2. (АНАЛИТИЧЕСКАЯ)

Во второй главе необходимо показать особенности деятельности предприятия в соответствии с выбранной темой исследования.

Вторая глава в обязательном порядке начинается с характеристики материала исследования, в которой необходимо указать следующие аспекты его деятельности:

- наименование организации, ее организационно-правовая форма;
- полные реквизиты организации;
- виды деятельности организации, прописанные в соответствующих учредительных документах;
- рынки сбыта товаров или услуг организации;
- основные покупатели (приводится диаграмма в % соотношении юридических и физических лиц);
- основные конкуренты: критерии выбора конкурентов, перечень конкурентов (не менее 3-х);
- структура рекламного, маркетингового или PR отдела;
- организация рекламного процесса;
- собственные каналы коммуникации с целевой аудиторией (официальный сайт, группа в социальных сетях и т.п.);
- подробный анализ предшествующей коммуникационной деятельности предприятия, включающий указание конкретных каналов коммуникации, наименования медианосителей и их развернутую характеристику, инструментов и способов коммуникации компании с внешней средой в динамике за 2-3 последних года.

Вторая часть, включающая 2-3 пункта, является базовой частью выпускной квалификационной работы. Она посвящена рассмотрению и анализу материала исследования.

Здесь важно на основе анализа фактического материала раскрыть особенности построения коммуникаций рассматриваемого предприятия, критически осмыслить действующую практику по исследуемым вопросам. Очень важно обосновать необходимость совершенствования и реформирования рекламной (коммуникационной, PR) деятельности на предприятии.

В выпускной квалификационной работе должна быть отражена фактически проделанная работа с указанием методов выполнения и достигнутых результатов.

Вторая глава в обязательном порядке должна быть наполнена практическими примерами коммуникационной деятельности предприятия в соответствии с темой исследования.

Успешное решение поставленных задач зависит от правильной систематизации собранного материала, умения составлять таблицы, на основе которых можно проводить анализ тех или иных процессов и явлений.

Глубокий анализ обработанного и систематизированного материала дает возможность студенту вскрыть имеющиеся недостатки, объективно оценить тенденции изменения основных показателей коммуникационной деятельности, дающих основание для разработки предложений.

ГЛАВА 3. (ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ИХ ОБОСНОВАНИЕ)

Третья глава выпускной квалификационной работы посвящается разработке и обоснованию предложений по теме исследования. В этой главе работы отражается практическая полезность выполненного студентом исследования.

В данной главе решаются две основные задачи:

- поиск путей и разработка мероприятий по совершенствованию коммуникационной деятельности организации;
- обоснование целесообразности реализации предлагаемых мероприятий.

Разработка предложений должна включать следующие основные моменты:

- изучение маркетинговой цели, которую необходимо достичь посредством коммуникации (данная цель определяется руководством предприятия);
- описание целевой аудитории, на которую будет направлена коммуникация;
- выбор каналов коммуникации, соответствующих характеристикам целевой аудитории, и его обоснование;

- разработка основной концепции коммуникации;
- определение способов коммуникации в соответствии с выбранной концепцией (например, подготовка сообщения, с помощью которого будет осуществляться та или иная коммуникация; разработка мероприятий и информирование о них; создание информационного повода; обеспечение коммуникационного сопровождения; создание условий для двусторонней коммуникации и т.п.).

- определение сроков, продолжительности и интенсивности коммуникации в рамках разрабатываемых мероприятий;

- создание материалов для обеспечения планируемой коммуникации (макеты рекламных продуктов, пресс-релизы, контент-план, рекламные тексты и т.п.).

Материал, излагаемый в этой части работы, должен представлять собой практически значимые разработки, готовые к использованию в коммуникационной деятельности предприятия. **Содержание третьей главы не может сводиться к перечню общих рекомендаций, к предложениям теоретического или гипотетического характера.**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Заключение – весьма значимый раздел выпускной квалификационной работы, являющийся своеобразным резюме всей работы.

Заключение содержит основные выводы по главам выпускной квалификационной работы. В заключении следует кратко описать процесс и результаты исследования, отразить выводы и предложения, направленные на улучшение рекламной (коммуникационной, PR) деятельности предприятия. Выводы и предложения должны непосредственно вытекать из решения тех или иных вопросов и проблем, рассмотренных в самом тексте работы и излагаться четко и лаконично.

Объем заключения должен составлять 3-4 страницы печатного текста.

Текст заключения должен давать полное представление о содержании,

значимости, обоснованности и эффективности разработок.

Как и введение, заключение может быть использовано при подготовке текста выступления на защите выпускной квалификационной работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

В выпускной квалификационной работе приводится список всех источников, на основе которых выполнялась выпускная квалификационная работа: законодательные нормативные документы, учебники и учебные пособия, монографии, статьи, периодические издания, интернет-ресурсы.

Список включает все использованные источники.

Подробнее об оформлении списка использованных источников см. «Основные требования к оформлению бакалаврской работы».

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложения – заключительная часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы, для более детального раскрытия некоторых вопросов. Приложения формируют по мере необходимости при раскрытии содержания работы.

По содержанию приложения могут быть разнообразны:

- выдержки из отчётных материалов;
- фотографии рекламной продукции;
- скриншоты публикаций о компании, размещенных в сети Интернет;
- анкеты, использованные для опроса целевой аудитории;
- примеры разработанных рекламных текстов;
- таблицы и рисунки (графики, схемы, диаграммы) из текста работы, имеющие объем более 1 страницы или расположенные горизонтально (в альбомном формате), то есть читаемые с поворотом по часовой стрелке и т.п.

По форме приложения могут представлять собой текст, таблицы,

диаграммы, рисунки.

Приложения оформляются как продолжение ВКР на последующих страницах после списка литературы в порядке появления ссылок на них в тексте. Номер страницы на приложениях не ставится. Приложения указываются в содержании, но не учитываются в общем количестве страниц ВКР.

4. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Выпускная квалификационная работа выполняется в единой стилевой манере научным языком, в ней не допускаются грамматические, пунктуационные, орфографические и стилистические ошибки и опечатки. В тексте не допускается использование личного местоимения «я» и притяжательного «мой», например: «проведенные мною исследования» (правильно – «проведенные нами исследования» / «проведенные исследования»), «в заключение я хотел бы отметить» (правильно – «в заключение следует отметить»).

Изложение в работе должно быть последовательным, лаконичным, логически стройным. Выводы должны быть обоснованными.

Оформление текста выпускной квалификационной работы осуществляется в соответствии с действующими стандартами:

- ГОСТ Р 2.105-2019. Национальный стандарт Российской Федерации. Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам.

- ГОСТ 7.32-2017. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления.

Ниже приводятся наиболее важные извлечения из указанных и других стандартов с учетом специфики их применения при оформлении выпускной

квалификационной работы.

Объем выпускной квалификационной работы должен составлять 50–70 страниц (без учета приложений).

Последовательность элементов структуры ВКР следующая:

- титульный лист
- задание на ВКР
- аннотация
- содержание
- введение
- текст трех глав
- заключение
- список литературы
- приложения

Аннотация к ВКР (1 стр.) должна включать

- наименование темы выпускной квалификационной работы;
- формулировку цели работы и основных задач;
- характеристику структуры работы ;
- количественную характеристику работы: число страниц, таблиц, иллюстраций (рисунков), количество использованных источников, количество приложений;
- основные термины и понятия (ключевые слова).

Техническое оформление текста работы

Работа должна быть создана в текстовом редакторе Microsoft Word

- шрифт Times New Roman
- кегль 14
- межстрочный интервал 1,5
- поля: верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм
- выравнивание по ширине листа
- абзацный отступ – 1,25 см

В выпускной квалификационной работе должно присутствовать

грамотное абзацное членение текста. В абзаце отступ красной строки должен составлять 1,25 см.

В тексте не допускаются необоснованные пропуски, произвольные сокращения слов. Применяются только общепринятые сокращения (например, «в т.ч.», «млн. чел.», «млн. руб.») Также в работе могут применяться употребляемые в профессиональной среде сокращения. В таком случае первое употребление термина дается в полном виде с указанием в скобках сокращенного варианта. Например: паблик рилейшнз (PR), рекламная кампания (РК), целевая аудитория (ЦА).

При изложении текста выдерживается логическая связь. Наименования глав работы должны полностью отвечать содержанию излагаемого в них материала.

Оформление ссылок на источники

Ссылки на источники являются обязательными элементами работы. Ссылки – для сообщения точных сведений об использованных источниках. Ссылками сопровождаются не только прямые цитаты, которые выделяются кавычками, но и любое положение, заимствованное из литературы или других источников. При этом допускается изложение используемого материала в собственной редакции, но с соблюдением смыслового содержания.

Ссылки на использованные источники указываются внутри текста. Указывается фамилия автора публикации, номер цитируемой страницы или страниц.

Например: [Котлер, с. 68].

В случае, если необходимо сослаться на публикацию на интернет-портале, не содержащую сведений об авторе, в ссылке указываются первые 2-4 слова в названии статьи.

Например: [Платформа унифицированных коммуникаций...]

Нумерация страниц сквозная, арабскими цифрами. На титульном листе и содержании номер страницы не ставится, но при подсчете общего количества страниц эти страницы учитываются. Задание на ВКР и аннотация

не нумеруются и не учитываются при подсчете количества страниц.

Нумерация страниц начинается с введения (введение – страница 3) и заканчивается последней страницей списка литературы. Номер страницы проставляется внизу страницы по центру. Номер страницы на приложениях не ставится.

Основные разделы ВКР, такие, как введение, каждая глава, заключение, список литературы, приложение начинаются с новой страницы.

Нумерация глав и пунктов главы должна осуществляться арабскими цифрами. Подразделы выпускной квалификационной работы должны иметь порядковую нумерацию в пределах главы и обозначаться арабскими цифрами с точкой, например, 1.1., 1.2., 2.1., 2.2., 3.1. и т.д. с пробелом перед заголовком.

Оформление заголовков. Слова в заголовках не переносятся. Точка в конце заголовков (названий) глав, параграфов, пунктов, таблиц не ставится.

Названия разделов, пунктов, заголовки таблиц, схем и т.п. в конце страницы не пишутся, страница с одной (висячей) строки не начинается.

Название глав набирается ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ, размер шрифта-14. Название пунктов набирается строчными буквами, размер шрифта 14.

Например:

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

1.1. Категория «продвижение территории» в современном коммуникационном пространстве

Каждая глава должна начинаться с новой страницы. Наименование пункта (параграфа) следует за окончанием текста предыдущего пункта (параграфа) на этой же странице. Не разрешается размещать название пунктов (параграфов) в нижней части страницы, если на ней не более 4 – 5 строк последующего текста.

Расстояние между заголовками глав, пунктов и текстом должно быть

равно 1,5 интервалам. Расстояние между последней строкой текста и последующим заголовком пункта (параграфа) – 1,5 интервала.

Подготовка и оформление таблиц. Качество выпускной квалификационной работы зависит от полноты и правильности, продуманности размещения фактического материала. Фактический материал, содержащий большие массивы данных, должен оформляться в виде таблиц, которые в сжатом виде удобно представляют необходимые сведения и легко читаются.

Таблицы должны давать характеристику коммуникационных процессов, но они не должны быть громоздкими, приводимые в них данные должны быть наглядными.

После каждой приведенной таблицы должны следовать выводы и суждения, основанные на материалах таблицы.

Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице; размер шрифта в содержании таблицы 12 или 14, интервал -1, выравнивание по левому краю.

Таблицы нумеруют последовательно арабскими цифрами в пределах главы. Слово «Таблица» с указанием номера помещают в правом верхнем углу над названием таблицы. Номер таблицы состоит из номера главы и порядкового номера таблицы в этой главе (например, пятая таблица третьей главы будет обозначена «Таблица 3.5.»). Знак № после слова «Таблица» не ставится. Название таблицы должно соответствовать ее содержанию и размещаться непосредственно над таблицей с выравниванием по центру.

Например:

Таблица 3.1

Смета на размещение рекламы Российского общества «Знание»
в вагонах Московского метрополитена

Размер баннера, см.	Линия метро	Пассажиропоток на линии, тыс. чел.	Количество размещаемых баннеров, шт.	Цена за 1 месяц размещения,
---------------------------	-------------	--	--	-----------------------------------

				тыс. руб.
60x72	Арбатско- Покровская	19346	300	7815,30
85x14	Серпуховско- Тимирязевская	19058	568	1581,88
90x18	Таганско- Краснопресненская	22810	588	2992,92
Итого		61214	1456	12390,1

Не рекомендуется перегружать таблицу множеством показателей. Таблице должен предшествовать текст, из которого по смыслу вытекает необходимость рассмотрения нижеследующего табличного материала. Ссылки в тексте на таблицы обязательны. Слово «Таблица» в этом случае пишется сокращенно, например: (Табл. 2.1).

Таблица в обязательном порядке сопровождается анализом, но не повтором приведенных в ней данных.

Таблицы, а также иллюстрации (схемы, графики, диаграммы), занимающие объем более 1 листа формата А4 или представленные в альбомном формате (читаемые с поворотом по часовой стрелке) помещают в приложения в порядке их упоминания в тексте.

Правила оформления иллюстраций. Бакалаврская работа может быть снабжена иллюстрациями (схемы, диаграммы, графики, скриншоты), позволяющими быстро и наглядно охарактеризовать те или иные явления или процессы. Иллюстрации располагают после первой ссылки на них и оформляют как рисунки.

Все иллюстрации нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах главы. Номер иллюстрации состоит из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. При ссылках на иллюстрации следует писать: «... в соответствии с рисунком 1.2»

Иллюстрации должны иметь наименование. Слово «Рисунок» дается в сокращении: «Рис.». Например:



Рис. 2.2. Доход от платной подписки на стриминговые онлайн-сервисы

Диаграммы и графики используются в тех случаях, когда нужно показать зависимость каких-либо величин друг от друга. Обычно используют секторные (круговые), ленточные и столбиковые диаграммы.

Распространённым способом графического изображения структуры статистических совокупностей является *секторная диаграмма*. Относительная величина каждого значения изображается в виде сектора круга, площадь которого соответствует вкладу этого значения в сумму значений. Этот вид графиков удобно использовать, когда нужно показать долю разных величин в общем объёме.

Столбчатые диаграммы в основном используются для наглядного сравнения полученных статистических данных или для анализа их изменения за определённый промежуток времени. Построение столбчатой диаграммы заключается в изображении статистических данных в виде вертикальных прямоугольников или трёхмерных столбиков. Каждый столбик изображает величину уровня данного статистического ряда.

Например:

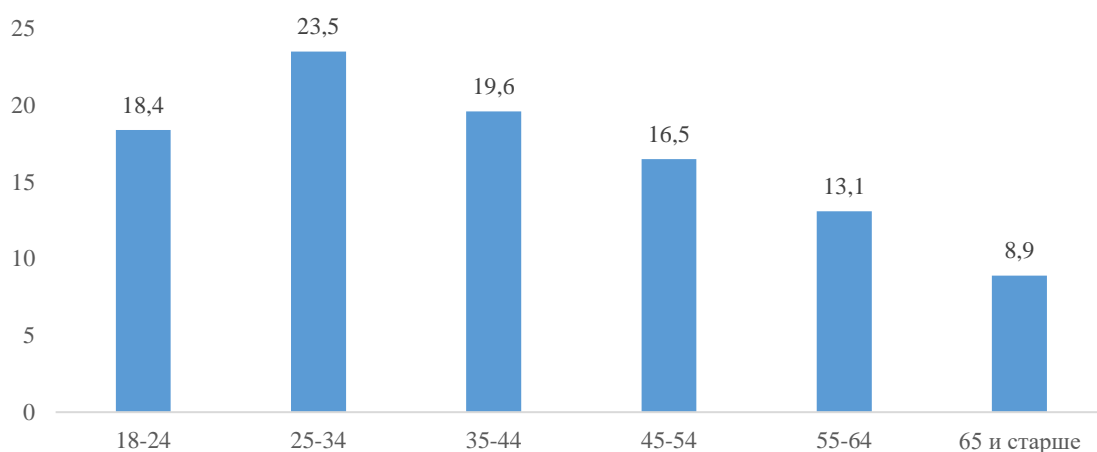


Рис. 2.6. Возрастная структура посетителей сайта ХХХ

Диаграммы-линии (графики) удобно использовать, если требуется изобразить характер или общую тенденцию развития явлений.

Линии удобны и при изображении нескольких динамических рядов для их сравнения, когда требуется сравнение темпов роста.

Графики должны быть снабжены легендой, в которой устанавливается соответствие ряда данных их изображению.

Оформление списка источников

Обязательной составной частью бакалаврской работы является «Список использованных источников», включающий нормативную документацию, литературные источники, интернет-ресурсы. Список должен содержать не менее 35 и не более 50 источников. В Список включаются нормативные документы в последней редакции, печатные публикации (научные статьи, монографии, учебники), изданные преимущественно в течение последних 5 лет, публикации в электронных изданиях, интернет-ресурсы.

В начале списка помещается список нормативных документов, описание которых должно содержать точное название документа, дату принятия и номер, а также указание последней редакции документа.

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «О рекламе»
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 29.09.2019)

Библиографическое описание источников составляется по определенным правилам. Оно содержит библиографические сведения о документе, приведенные в определенном порядке, позволяющие идентифицировать документ и дать его общую характеристику.

Оформление списка литературы производится в соответствии с введенным в действие с 01.01.2009 г. ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу».

В списке использованных источников должны быть указаны:

- для книг - фамилия и инициалы автора, название без кавычек, место издания, издательство и год издания, общее количество страниц в источнике;
- для статей - фамилия и инициалы автора, название статьи, наименование сборника или журнала, год и номер издания, страницы;
- для электронных изданий – фамилия и инициалы автора, название электронной публикации, название ресурса, URL-адрес, дата обращения к ресурсу.

Для правильного составления списка полезно посмотреть, как он оформлен, в какой-либо монографии текущего года издания.

Все указанные в работе источники (кроме нормативных документов) должны располагаться *в алфавитном порядке*. Если работа содержит указание на автора, то при определении последовательности рассматривают первые буквы фамилии. Если учебник, монография выпущены под редакцией, или автор не указан, то учитываются первые буквы названия издания.

Все источники, включаемые в список, нумеруются последовательно.

Пример оформления списка литературы представлен в Приложении 4.

Оформление Приложения. Материалы, дополняющие основные

разделы выпускной квалификационной работы, размещаются в приложениях в конце всех основных разделов работы после Списка литературы.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь заголовок. В верхнем правом углу над заголовком ставится слово

«ПРИЛОЖЕНИЕ» с указанием его номера.

Приложения нумеруют последовательно арабскими цифрами (например «ПРИЛОЖЕНИЕ 1», «ПРИЛОЖЕНИЕ 2»). При расположении одного приложения на нескольких страницах, начиная со второй страницы в правом верхнем углу указывают слова «Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ 3», на последней странице «Окончание ПРИЛОЖЕНИЯ 3»). Номера страниц на приложениях не ставятся.

Каждое приложение рассматривается как самостоятельный материал, и на него распространяются все указанные выше требования и рекомендации по форматированию текста. Если в качестве приложения используются копии документов, то они вкладываются без изменения.

5. ПОДГОТОВКА К ЗАЩИТЕ И ЗАЩИТА БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

5.1. Подготовка к защите ВКР

После написания работы необходимо подготовиться к ее защите, в процессе которой студент должен продемонстрировать те компетенции, которые он приобрел в процессе обучения, свою готовность к профессиональной деятельности.

Подготовка к защите предусматривает последовательное прохождение следующих стадий:

1. общая оценка готовности квалификационной работы *научным руководителем*, подписание руководителем работы и получение от него письменного отзыва на работу;
2. прохождение проверки ВКР на объем заимствований с помощью информационной системы «Антиплагиат.ВУЗ» ;
3. представление работы на кафедру общегуманитарных наук и

массовых коммуникаций не позднее, чем за 7 дней до начала проведения государственной итоговой аттестации (ГИА) по направлению подготовки;

4. рассмотрение работы заведующим выпускающей кафедры общегуманитарных наук и массовых коммуникаций и признание возможности ее публичной защиты (подпись на титульном листе и задании);

5. информирование деканатом студента о допуске к защите ВКР.

5.2. Подготовка доклада

Залог успешной защиты – хорошо подготовленный доклад. Конкретное содержание доклада зависит от темы бакалаврской работы. Однако структура доклада примерно одинакова: студент кратко характеризует материал исследования, результаты, полученные в ходе исследования, основные выводы, излагает суть предложений, демонстрирует разработки, обосновывает их.

От того как будет сделан доклад, насколько он содержателен, как излагается, во многом зависит итоговая оценка бакалаврской работы, поэтому доклад должен быть хорошо аргументирован и четко структурирован. Продолжительность доклада – 7 минут.

Доклад рекомендуется строить по следующему плану.

Краткая характеристика материала исследования. Здесь необходимо указать, когда создано предприятие, чем занимается, где располагается, какова организационно-правовая форма и т.п.

Характеристика проделанной аналитической работы и выводы, сделанные на основе анализа.

Основные предложения, выдвинутые в работе и их обоснование.

Подготовленный доклад должен быть согласован с научным руководителем. Студент должен излагать основное содержание своей выпускной работы свободно, не читая письменного текста, опираясь и ссылаясь на презентацию.

Основное внимание в докладе должно быть уделено выдвигаемым в работе предложениям. По окончании доклада студент благодарит членов ГЭК

за внимание.

5.3. Подготовка презентации

Обязательным этапом подготовки к защите бакалаврской работы является создание презентации.

Презентация должна включать в себя таблицы и рисунки (графики, схемы, диаграммы, скриншоты, выполненные макеты рекламных продуктов и т.п.), то есть те наглядные формы, в которых можно сжато и эффектно представить выпускную квалификационную работу.

Презентация не должна быть перегружена, число вынесенных в нее таблиц и рисунков не должно быть очень большим, не следует включать в нее все имеющиеся в работе таблицы и рисунки. В презентацию включаются важнейшие, основные таблицы и рисунки, которые четко представляют выполненный анализ, иллюстрируют тот или иной вывод или предложение.

Поскольку при защите ВКР основное внимание необходимо уделить аналитической и практической главам работы, то и представленный материал должен содержать в себе, прежде всего, результаты анализа и выдвинутые предложения.

5.4. Защита бакалаврской работы

Защита выпускной квалификационной работы является завершающим этапом, к которому надо готовиться весьма основательно.

Иногда оценка хорошей работы снижается из-за посредственного выступления студента на защите.

Защита выпускной квалификационной работы проходит перед Государственной экзаменационной комиссией. Заседание ГЭК носит открытый характер и на него могут прийти все желающие.

Перед началом защиты студент передает иллюстративный материал Председателю экзаменационной комиссии и всем членам ГЭК. Затем Председатель ГЭК объявляет защиту, называя фамилию, имя отчество студента, тему бакалаврской работы, руководителя работы.

Процедура защиты ВКР включает в себя следующие этапы:

- доклад студента о содержании и основных выводах работы;
- озвучивание отзыва руководителя;
- вопросы Председателя и членов ГЭК. Вопросы могут относиться как к теме бакалаврской работы, так и к общей теоретической подготовке, полученной в процессе обучения. Поэтому перед защитой целесообразно повторить материал всех основных курсов профиля и особенно тех разделов, которые имеют прямое отношение к теме бакалаврской работы. При ответах на вопросы студент может пользоваться иллюстративным материалом и своей бакалаврской работой. По докладу и ответам на вопросы члены ГЭК судят о широте кругозора студента-выпускника, его эрудиции, умении публично выступать и аргументировано отстаивать свою точку зрения. Тон ответов должен быть доброжелательным и вежливым. Во время защиты секретарь комиссии ведет протокол, в который заносятся, в частности, заданные вопросы;

- обсуждение членами ГЭК на закрытом заседании качества бакалаврской работы, ее защиты, оценки и принятие решения о присвоении успешно защитившимся студентам степени «бакалавр».

При выставлении оценки принимается во внимание научно-практическое значение работы, самостоятельность, качество выполнения и оформления работы, логичность выводов и обоснованность сделанных предложений, содержательность доклада и ответов на вопросы.

Оценивают бакалаврскую работу по 4-балльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

Оценки «отлично» заслуживают выпускные квалификационные работы, в которых полно и всесторонне раскрыто теоретическое содержание темы, дан глубокий критический анализ организации рекламной (коммуникационной, PR) деятельности, содержится творческий подход к решению проблемных вопросов, сделаны обоснованные предложения и на все вопросы членов Государственной комиссии студент при защите дал аргументированные ответы, проявив при этом творческие способности в понимании и изложении

ответов на вопросы.

Оценки «хорошо» заслуживают выпускные квалификационные работы, в которых содержание изложено на высоком теоретическом уровне, правильно сформулированы выводы и даны экономически обоснованные предложения. На все вопросы, заданные при защите, студент дал правильные ответы, но не проявил творческие способности.

Оценки «удовлетворительно» заслуживают выпускные квалификационные работы, в которых теоретические вопросы в основном раскрыты, выводы в основном правильны, предложения представляют интерес, но недостаточно убедительно аргументированы и не на все вопросы членов комиссии студент при защите дал правильные ответы.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживают выпускные квалификационные работы, которые в основном отвечают предъявляемым требованиям, но при защите студент не дал правильных ответов на большинство заданных вопросов, т.е. обнаружил серьезные пробелы в профессиональных знаниях. Если выпускная квалификационная работа была оценена как «неудовлетворительная», то повторная защита работы допускается не ранее, чем через 10 месяцев.

Оценка объявляется в тот же день после окончания защиты всех выпускных квалификационных работ.

Четкое соблюдение изложенных рекомендаций позволит студентам-выпускникам подготовить качественные по содержанию и надлежащим образом оформленные выпускные квалификационные работы.

Бланк задания на ВКР

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу

Студенту ____ курса группы _____
заочной формы обучения

Тема выпускной квалификационной работы:

1. Срок сдачи студентом законченной работы _____ 2025 г.
(2 недели до даты защиты)

2. Исходные данные по выпускной квалификационной работе:
Методические указания, материалы преддипломной практики, рекомендации
научного руководителя, собственные наработки и т.д.

3. Примерное содержание выпускной квалификационной работы:

-
-
-
-
-

Руководитель выпускной квалификационной работы:

_____, _____, _____
степень звание Фамилия И.О.

(подпись руководителя)

Задание принял к исполнению:

(подпись студента)

Примерные темы выпускных квалификационных работ
для бакалавров направления
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рекламная деятельность

- Разработка рекламной кампании фирмы (на примере...).
- Разработка креативной стратегии для визуализации рекламной кампании (на примере...).
- Особенности рекламы товаров и услуг для молодежной аудитории (на примере...).
- Формирование потребительских предпочтений средствами рекламы (на примере...).
- Применение рекламных технологий в выставочной деятельности организации (на примере ...).
- Моделирование поведения потребителей в системе рекламных коммуникаций (на примере...).
- Особенности разработки и обоснования медиаплана организации (на примере...).
- Применение креативных стратегий в рекламной кампании (на примере...).
- Специфика проведения антикризисной рекламной кампании (на примере...).
- Особенности использования «нетрадиционных» видов рекламы (на примере...).
- Разработка рекламных мероприятий для предприятий сферы B2B (на примере...).
- Разработка рекламной кампании при выводе товара/услуги на рынок B2B (на примере...).
- Разработка рекламной кампании на рынке конечных потребителей (на примере...).
- Адаптация транснационального рекламного продукта на национальном рынке (на примере...).

PR-деятельность

- PR-коммуникации в коммерческой деятельности компании (на примере...).
- PR-технологии как инструмент развития компании (на примере ...).
- PR-деятельность как условие успешного вывода на рынок нового товара/услуги (на примере ...).
- Разработка PR-кампании для некоммерческой организации (на примере ...).
- Организация специального мероприятия в рамках PR-кампании предприятия (на примере...).
- Разработка PR-программы для организации (на примере...).
- Использование компанией технологий креативного PR (на примере...).

Разработка и реализация социальных PR-проектов (на примере...).

Продвижение компании в сети Интернет

Совершенствование интернет-сайта как коммуникационного ресурса компании (на примере...).

Стратегия применения таргетированной рекламы (на примере...).

Продвижение стартапа в социальных сетях (на примере ...).

Особенности разработки SMM-кампании (на примере ...).

Использование нативной рекламы и ньюсджекинга для продвижения услуг (на примере...).

Построение коммуникации с потребителем посредством социальных медиа (на примере...).

Разработка плана коммуникационной кампании в сети Интернет (на примере...).

Организация рекламной деятельности предприятия с использованием видеоблогинга (на примере...).

Разработка программы продвижения товаров с использованием интернет-технологий (на примере...).

Брендинг и имиджмейкинг

Технологии бренд-билдинга в построении рекламного образа компании (на примере ...).

Ассоциации с искусством как способ продвижения бренда (на примере ...).

Формирование имиджа компании с помощью PR-инструментов (на примере ...).

Технологии проектирования персонального имиджа (на примере...).

Разработка имиджевой рекламной кампании (на примере...).

Связи с общественностью как инструмент управления имиджем компании (на примере...).

Разработка программы совершенствования имиджа коммерческого предприятия (на примере...).

Коммуникации организаций различных сфер деятельности

SMM как средство повышения эффективности работы учреждений социокультурной сферы (на примере ...).

Организация коммуникационной деятельности государственного учреждения (на примере ...).

Стратегия проведения PR-кампании учреждения культуры (на примере...).

Применение PR-технологий в российском шоу-бизнесе (на примере ...).

Разработка рекламной кампании торгового предприятия (на примере ...).

Разработка коммуникационной кампании магазина одежды (на примере ...).

Специфика коммуникационной деятельности предприятия в сфере B2B (на примере...).

Коммуникационные стратегии спортивных клубов (на примере...).

SMM-продвижение компании бьюти-сферы (на примере...).

Способы продвижения юридических услуг (на примере...).

Контент-маркетинг на рынке недвижимости (на примере...).

Связи с общественностью в малом бизнесе (на примере...).

Специфика связей с общественностью в туристическом бизнесе (на примере ...).

Разработка PR-кампании для образовательного учреждения (на примере...).

Повышение эффективности PR-деятельности в издательском бизнесе (на примере...).

Разработка программы продвижения предприятия сферы услуг (на примере...).

Разработка коммуникационного сопровождения деятельности медицинской организации (на примере...).

Образец оформления содержания (оглавления) ВКР

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ	5
1.1. Роль связей с общественностью в коммуникационной деятельности организации	5
1.2. Теория создания PR-проекта.....	8
Глава 2. АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «САММИТ».....	14
2.1. Общая характеристика компании «Саммит»	14
2.2. Формат вещания и аудитория радиостанции «Европа Плюс Полоцк»....	19
Глава 3. РАЗРАБОТКА PR-МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ РАДИОСТАНЦИИ «ЕВРОПА ПЛЮС ПОЛОЦК»	24
3.1. Обоснование целей и формы PR-мероприятия.....	24
3.2. Описание проекта специального события.....	27
3.3. План сотрудничества с партнерами.....	32
3.4. Анализ результатов проведения мероприятия.....	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	44
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	46
ПРИЛОЖЕНИЯ	51

Образец оформления списка литературы

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Атаева Т.А. Маркетинг территорий как фактор развития инфраструктуры региона // Маркетинг, реальность и проекция в будущее: сборник материалов междунар. науч. конф. Саратов: Варна, 2012. С. 74-81.
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. М.: Феникс, 2008. 252 с.
3. Берёзкин Н.А. Интернет как канал продвижения территории // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы: материалы междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург: Из-во Урал. ун-та, 2015. С. 99–102.
4. Джабраилова Л.Х., Магомедов А.М., Ибрагимова З.М. Реклама как инструмент маркетинговой деятельности: концепция, цель, задачи, функции, классификация видов рекламы // Журнал прикладных исследований. 2022. Т. 6. № 11. С. 471-476.
5. Жильцова О.Н. Характеристики рекламных кампаний в социальных сетях в условиях цифровых коммуникационных трансформаций // Вестник МФЮА. 2019. № 1. С. 85-93.
6. Первый национальный конкурс региональных брендов продуктов питания «Вкусы России 2020» [Электронный ресурс] URL: <https://russiantastes.ru/> (дата обращения – 23.06.2024).
7. Резник Г.А., Акифьев И.В. Маркетинговые коммуникации в строительстве: учеб. пособие. Пенза: ПГУАС, 2015. 108 с.
8. Сочи с высоты птичьего полета [Электронный ресурс] // Официальный туристический портал Сочи. URL: <https://www.sochi.online/> (дата обращения – 23.06.2024).
9. Шабалова Т.С., Романович В.К. Комплекс маркетинговых коммуникаций в строительстве // Экономика и бизнес. 2021. № 2. С. 156-159.

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему: «Специальные события как инструмент PR-деятельности организации (на примере радиостанции «Европа Плюс» в Беларуси)» состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

Первая глава дипломной работы посвящена теоретическим основам организации PR-деятельности компании, роли связей с общественностью в коммуникационной деятельности предприятия и теории создания PR-проекта.

Во второй главе дана характеристика организации, описаны основные конкуренты и клиенты компании, на материале деятельности которой выполнялась работа. Проведен опрос среди ведущих рекламных агентств Беларуси для определения критериев отбора рекламодателем радиостанции для размещения рекламы, представлены результаты исследования рейтингов радиостанций по городу Полоцку и Полоцкому району с указанием возраста аудитории.

В третьей главе дано обоснование целей и формы PR-акции, описан проект специального мероприятия – велопробега «Садись! Поехали с «Европой Плюс»», представлен план сотрудничества с партнерами, описаны инструменты информационного обеспечения мероприятия, создания визуального контента для распространения в социальных сетях. В заключение главы сделан анализ результатов проведения PR-мероприятия и допущенных ошибок.

Объем выпускной квалификационной работы составляет 54 страницы. В работе содержится 6 таблиц, 9 рисунков, 2 приложения.

Для написания работы было использовано 40 источников литературы.

Ключевые слова: PR-проект, PR-мероприятие, связи с общественностью, PR-деятельность.

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Образец оформления титульного листа ВКР

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
на тему:

**Формирование имиджа строительной компании
с помощью PR-инструментов (на примере АО «МСУ-1»)**

Автор работы:

студент группы –

М19Р171форма

обучения - заочная

Иванов Иван

Иванович

Подпись _____

Руководитель работы:

кандидат филологических наук, доцент

Борисов Борис Николаевич

Подпись _____

**Заведующий выпускающей
кафедрой:**

кандидат философских наук,

доцент Лапшин Василий

Андреевич

Подпись _____