

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования**

**КЫРГЫЗСКО-РОССИЙСКИЙ СЛАВЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б.Н. ЕЛЬЦИНА**

Гуманитарный факультет

Кафедра рекламы и связи с общественностью

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
ПО НАПИСАНИЮ, ОФОРМЛЕНИЮ И ЗАЩИТЕ
ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
для студентов 4 курса очной формы обучения
направления «Реклама и связи с общественностью»
(бакалавриат)**



БИШКЕК 2018



УДК 659.113.63 (07)

*Утверждено Ученым советом гуманитарного факультета
Кыргызско-Российского Славянского университета
(протокол № 6 от 14 марта 2018 г.)*

Авторы-составители:

кандидат исторических наук, доцент
Горина Ирина Владимировна
доктор политических наук, профессор
Кангельдиев Азамат Нурказыевич

Рецензенты:

доктор исторических наук, профессор
Джунушалиева Гульмира Дженишевна
доктор исторических наук, профессор
Колесников Александр Антонович

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ ПО НАПИСАНИЮ,
ОФОРМЛЕНИЮ И ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНЫХ
КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ для студентов 4 курса очной формы
обучения направления «Реклама и связи с общественностью»
(бакалавриат) / Авторы-составители: И.В. Горина, А.Н. Кангельдиев. – 2-е
изд. доп. и перераб. – Бишкек: КРСУ, 2018. – 100 с.**

Данное учебно-методическое пособие является практическим, в котором представлены основные рекомендации ко всем этапам написания, оформлению и защиты квалификационной выпускной работы. Учебно-методическое пособие построено на требованиях Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат), «Положении о выпускной квалификационной работе студентов, обучающихся по программам бакалавриата в Кыргызско-Российском Славянском университете», введенном в действие распоряжением ректора № 31-Р от 02 ноября 2015 г.; «Положении о порядке проверки выпускных квалификационных работ на объем заимствований в системе «Антиплагиат.ВУЗ», утвержденном на заседании УМС КРСУ от 12 мая 2016 г. (протокол № 6). Руководство основано на требованиях действующих стандартов Кыргызской Республики и Российской Федерации (ГОСТов по информации, библиотечному и издательскому делу – СИБИД), а также на учебно-методических разработках кафедры рекламы и связей с общественностью.

Пособие адресовано студентам очной формы обучения направления «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат).

УДК 659.113.63 (07)
© КРСУ, 2018



ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ6
1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ВЫПУСКНЫХ РАБОТАХ6
1.1. <i>Квалификационные уровни высшего образования</i>	<i>.....6</i>
1.2. <i>Компетенции, формируемые в процессе выполнения и защиты выпускной квалификационной работы бакалавра</i>	<i>.....9</i>
2. ВЫБОР И УТВЕРЖДЕНИЕ ТЕМЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ10
3. ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С РУКОВОДИТЕЛЕМ11
4. ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ12
5. СРОКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ15
5.1. <i>Примерный план-график подготовки ВКР</i>	<i>.....15</i>
6. СТРУКТУРА РАБОТЫ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРНЫМ ЭЛЕМЕНТАМ16
6.1. <i>Титульный лист</i>	<i>.....17</i>
6.2. <i>Оглавление</i>	<i>.....17</i>
6.3. <i>Введение</i>	<i>.....19</i>
6.3.1 <i>Актуальности выбранной темы</i>	<i>.....19</i>
6.3.2 <i>Степень изученности проблемы</i>	<i>.....21</i>
6.3.3 <i>Объект и предмет исследования</i>	<i>.....22</i>
6.3.4 <i>Цель исследования</i>	<i>.....23</i>
6.3.5 <i>Задачи для достижения целей исследования</i>	<i>.....24</i>
6.3.6 <i>Методы исследования</i>	<i>.....25</i>
6.3.7 <i>Научная новизна исследования</i>	<i>.....28</i>
6.3.8 <i>Теоретическая и практическая значимость</i>	<i>.....30</i>
6.3.9 <i>Структура исследования</i>	<i>.....31</i>
6.4. <i>Основная часть исследования выпускной квалификационной работы</i>	<i>.....31</i>
6.5. <i>Заключение</i>	<i>.....36</i>
6.6. <i>Список использованной литературы</i>	<i>.....36</i>
6.7. <i>Приложение</i>	<i>.....38</i>
6.8. <i>Аннотация</i>	<i>.....39</i>



7.	ЯЗЫК И СТИЛЬ ИЗЛОЖЕНИЯ40
8.	РЕЧЕВЫЕ КЛИШЕ ОФОРМЛЕНИЯ НАУЧНОГО ТЕКСТА43
9.	ТРЕБОВАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ РАБОТЫ46
9.1.	<i>Объем работы</i>	<i>.....47</i>
9.2.	<i>Технические требования</i>	<i>.....47</i>
9.3.	<i>Заголовки</i>	<i>.....48</i>
9.4.	<i>Персоналии</i>	<i>.....49</i>
9.5.	<i>Переносы</i>	<i>.....49</i>
9.6.	<i>Правила набора знаков</i>	<i>.....50</i>
9.7.	<i>Правила оформления библиографических ссылок (сносок)</i>	<i>.....52</i>
9.8.	<i>Оформление списка использованной литературы</i>	<i>.....58</i>
9.9.	<i>Примеры ссылок на различные источники</i>	<i>.....60</i>
9.10	<i>Нумерация страниц работы</i>	<i>.....69</i>
9.11	<i>Таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации</i>	<i>.....69</i>
9.12	<i>Электронный носитель ВКР</i>	<i>.....72</i>
10.	ПОРЯДОК ПРОВЕРКИ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ НА ОБЪЁМ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СИСТЕМЕ АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ»73
10.1.	<i>Нормы допустимых соотношений в ВКР</i>	<i>.....74</i>
11.	ПРОВЕРКА УНИКАЛЬНОСТИ ТЕКСТА76
12.	РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ТЕКСТА ВЫСТУПЛЕНИЯ НА ЗАЩИТЕ77
12.1.	<i>Структура выступления</i>	<i>.....80</i>
13.	ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ81
14.	КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ82
15.	ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ НАПИСАНИИ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ85
16.	АПЕЛЛЯЦИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ86



17. ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ КАФЕДРЫ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ87
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Образец заявления на утверждение темы ВК работы и научного руководителя ВКР94
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Образец оформления титульного листа ВКР95
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Образец оформления оглавления ВКР96
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Образец оформления аннотации ВКР97
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Образец оформления отзыва научного руководителя ВКР98
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Образец оформления листа задания99



ВВЕДЕНИЕ

Учебно-методическое пособие разработано для установления единых требований к структуре и оформлению самостоятельных работ (рефераты, курсовые работы), выполняемых студентами, к числу которых относятся и квалификационные (выпускные) работы, выполняемые с целью соискания дипломов бакалавра.

Современная методика подготовки технических специалистов с высшим образованием требует обязательного наличия в упомянутых работах элементов научных исследований. Поэтому определяющими стандартами на структуру и оформление результатов таких работ приняты ДСТУ 3008-95 «Документация. Отчеты в сфере науки и техники. Структура и правила оформления» и ГОСТ 2.105-95 «Общие требования к текстовым документам».

Выполнение выпускной квалификационной (ВКР) работы является конечным этапом обучения в высшем учебном заведении.

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ВЫПУСКНЫХ РАБОТАХ

1.1. Квалификационные уровни высшего образования

БАКАЛАВР – образовательно-квалификационный уровень высшего образования человека, который на основе полного среднего образования получил углубленную общекультурную подготовку, фундаментальные и профессионально-ориентированные умения и знания, касающиеся обобщенного объекта труда, и способный решать **типовые**



профессиональные задания, предусмотренные для соответствующих должностей, в определенной отрасли народного хозяйства.

Выпускная работа (квалификационная работа бакалавра) – это актуальная оригинальная научная работа, направленная на теоретическое, экспериментальное и практическое (или только теоретическое, экспериментальное или практическое) исследование определенной задачи, которое выполняется на завершающем этапе обучения в высшем учебном заведении. Это высшая форма проявления творческой активности студентов, важнейший показатель профессиональной зрелости и пригодности.

Выпускная работа имеет комплексный характер и связана с использованием приобретенных студентом знаний, навыков и способностей по специальным дисциплинам. Она предусматривает систематизацию, закрепление, расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение их при решении конкретных научных, производственных и других задач.

Выпускные работы выполняются на кафедрах высшего учебного заведения, в научно-исследовательских институтах или на производстве под руководством квалифицированных специалистов и консультантов (по отдельным частям работы).

Квалификационная работа бакалавра содержит материалы 3-5 учебных дисциплин, решает техническую задачу направления образовательной подготовки и должна быть проработана до уровня проектных документов.

Тематика выпускных квалификационных работ может касаться любых направлений, которые соответствуют специальностям вуза.

Выпускная работа должна отвечать следующим основным требованиям:



- иметь четкую характеристику предмета исследования, конкретно сформулированные цель и задачи исследований;
- быть актуальной, соответствовать современному состоянию определенной области науки и перспективам развития соответствующей сферы;
- иметь практическое значение;
- давать общую характеристику исследуемой проблемы, ее современного состояния, а также передовых методов исследования и опыта работы в соответствующей области;
- давать критический анализ научных и практических работ по теме;
- давать описание и анализ проведенных автором исследований, экспериментов;
- использовать корректные методы исследований;
- результатом работы должны быть работающий программный продукт или аппаратно-программный комплекс.

При защите выпускной работы студент должен показать Государственной экзаменационной комиссии, что он полностью сформировался как специалист соответствующего образовательно-профессионального уровня бакалавр и заслуживает присвоение соответствующей квалификации. Студент должен подчеркнуть свой личный вклад и степень самостоятельности, обосновать использованные методы исследований и достоверность полученных результатов, указать на апробацию результатов работы и публикации (если такие были).

Доклад и иллюстрации должны быть оформлены согласно методических требований и рекомендаций.



Ответственность за полноту и достоверность данных, содержащихся в работе, и за соответствие ее требованиям данных методических рекомендаций несет исполнитель.

К защите выпускных работ допускаются студенты, которые выполнили все требования учебного плана, прошли производственную практику, предоставили в установленный срок работу и сопроводительные документы к ней.

Нормоконтроль работы проводится кафедрой, на которой осуществляется ее выполнение в соответствии с требованиями ГОСТ 2.105-95. Распечатанный и сшитый экземпляр подается на утверждение заведующему выпускающей кафедрой. В установленные сроки выпускная работа со всеми сопроводительными документами и подписями подается секретарю Государственной экзаменационной комиссии в переплетенном и электронном видах.

1.2. Компетенции, формируемые в процессе выполнения и защиты выпускной квалификационной работы бакалавра

В современной модели образовательного процесса именно компетенции рассматриваются как основной результат освоения образовательной программы. Поэтому выполнение и защита выпускной квалификационной работы как основной этап государственной итоговой аттестации должны убедительно доказать сформированность у выпускника образовательной программы бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью» следующих профессиональных компетенций:

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОКП-1);



владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2-);

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

2. ВЫБОР И УТВЕРЖДЕНИЕ ТЕМЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Тему ВКР студент выбирает из предложенного списка примерных тем¹, но допускается, чтобы студент мог предложить на утверждение свою тему с обоснованием ее актуальности. Перечень тем ВКР, ежегодно обновляется и утверждается решением кафедры рекламы и связи с общественностью в

¹ См. раздел «Тематика выпускных квалификационных работ» стр. 49.



установленном порядке, как правило, сентябрьским / октябрьским заседанием кафедры.

Два студента не могут готовить работу на одну и ту же тему, однако они могут написать работу по одному и тому же понятию (концепту) или по одной и тоже персоналии (компании, источнику), если сформулированная совместно с научным руководителем тема затрагивает разные аспекты объекта исследования (понятия, персоналии, компании, источника и т.д.).

Окончательная формулировка темы утверждается руководителем и согласовывается с ведущим преподавателем профильных курсов.

3. ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С РУКОВОДИТЕЛЕМ

Руководитель выпускной квалификационной работой – это преподаватель кафедры, который консультирует студента по поводу подготовки и написания ВК работы, а также в итоге оценивает работу.

В функции руководителя входит:

- определять задание на ВКР по выбранной теме не позднее, чем за два месяца до начала выполнения работы;
- разрабатывать вместе со студентом календарный график выполнения работы и затем контролирует его соблюдение;
- оказывать помощь студенту в выборе литературы по избранной теме, в составлении плана работы, в определении этапов данной работы и в овладении навыками работы с источниками;
- осуществлять постоянный контроль над самостоятельной работой студента над темой и общим ходом подготовки текста (утверждение списка источников и литературы, а также плана текста работы, прочтение и



рекомендации по усовершенствованию написанного текста) как по частям, так и в целом;

– подготовить письменный отзыв на выполненную выпускную квалификационную работу.

После прикрепления к конкретному руководителю студент встречается с ним не реже, чем раз в две недели, и отчитывается о ходе работы ВКР в соответствующие часы консультаций преподавателя или в иное время (по договоренности). **Обсуждение возможно очное и по электронной почте.**

Студент ответственен за поддержание связи со своим руководителем. Контроль над процессом подготовки и защиты работ возлагаются на заведующего кафедрой.

4. ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ

При выборе темы работы необходимо учитывать, что между темой и объектом, предметом и целью исследования существуют системные логические связи. Объектом исследования является вся совокупность отношений различных аспектов теории и практики науки, которая служит источником необходимой информации. Предмет исследования – это только те существенные связи, которые подлежат непосредственному изучению в данной работе, являются главными, определяющими для конкретного исследования. Таким образом, предмет исследования бывает уже объекта исследования. **Объектом выступает то, что исследуется, а предметом – то, что в этом объекте имеет научное объяснение.**

После выбора темы студент заполняет стандартную форму заявления по поводу выбора темы выпускной квалификационной работы (см. приложение 1.), получение подписи у научного руководителя и сдача



заявления зав. методкабинетом. **Рекомендуемый срок – не позже чем за 6 месяцев до предполагаемой защиты ВКР (диплома).**

Составление календарного плана написания ВК работы и согласование его у научного руководителя (для этих целей на кафедре разработана процентовка – см. **стр. 46**).

Проведение исследований и подготовка работы обычно ведутся в такой последовательности:

- аналитический обзор (поиск нужной литературы, ее изучение, написание обзора; срок выполнения – не больше 15 дней);
- экспериментальные исследования (постановка задачи, обоснование исследовательских приемов; разработка, модификация или изучение существующих алгоритмов и методов, их анализ и интерпретация, оценка погрешностей; срок выполнения – не больше 10 дней);
- исследование исходных соотношений; проведение аналитических и числовых вычислений, например, на основе сбора данных посредством анкетирования; анализ и интерпретация результатов; оценка их погрешностей и достоверности; срок выполнения – не больше 20 дней);
- написание и оформление работы, подготовка доклада и иллюстраций к нему (если иллюстрации необходимы), создание компьютерной презентации (срок – не больше 15 дней).

Следует отметить, что правильная и логическая структура выпускной – залог успеха раскрытия темы. Процесс уточнения структуры работы непростой и может длиться на протяжении всей работы над исследованием. Проанализированный и систематизированный материал излагается в соответствии с содержанием в виде отдельных разделов и пунктов. Каждый раздел освещает самостоятельный вопрос, а пункт (подпункт) – отдельную часть этого вопроса.



Тема должна быть раскрыта без пропуска логических звеньев, поэтому, начиная работать над главой, необходимо отметить ее главную идею, а также тезисы каждого подпункта. Тезисы необходимо подтверждать фактами и мнениями различных авторов, результатами расчетов и эксперимента, анализом конкретного практического опыта.

На всех этапах выполнения работы студент должен систематически встречаться с руководителем и консультантом с целью информирования его (их) о состоянии работы.

В процессе подготовки ВКР студент должен продемонстрировать наличие базовых умений *самостоятельной работы*, а именно:

- знание литературных источников и фактического материала по теме;
- умение анализировать и обобщать материал;
- умение выделять научную проблему;
- умение обоснованно выдвигать гипотезы;
- обладать авторским видением логики ответа на поставленные вопросы (задачи);
- навыки организации и проведения сбора эмпирических данных;
- умение анализировать собранный эмпирический материал;
- умение делать выводы и обобщения на основе полученных результатов;
- умение формулировать свои мысли в письменной форме;
- владение грамотным, научным стилем изложения в соответствии с библиографическими требованиями оформления сносок и списка литературы.



Логика построения ВК работы обязательно должна включать следующие элементы: введение, основная часть работы (главы или разделы), заключение, список использованной литературы.

5. СРОКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Работа должна быть сдана в методкабинет кафедры за 10 рабочих дней до защиты в электронном и в бумажном виде, подписанная научным руководителем, с отзывом научного руководителя.

ВКР не прошедшие предзащиту к защите не допускаются.

ВК работы, сданные позже, к защите не допускаются.

5.1. Примерный план-график подготовки ВКР

№ п/п	Этапы подготовки	Рекомендуемый срок
1.	Выбор и согласование темы ВКР	до 1 октября
2.	Подбор и предварительное ознакомление с литературой по избранной теме	до 1 декабря
3.	Составление первоначального плана ВКР	до 15 декабря
4.	Подбор материала, его анализ и обобщение	до 15 февраля
5.	Написание текста (ГЛАВА 1) ВКР, представление первоначального варианта научному руководителю	до 1 марта
6.	Доработка (ГЛАВА 1) ВКР работы в соответствии с замечаниями научного руководителя	до 25 марта
7.	Написание текста (ГЛАВА 2) ВКР,	до 1 апреля



	представление первоначального варианта научному руководителю	
8.	Доработка (ГЛАВА 2) ВКР работы в соответствии с замечаниями научного руководителя	до 15 апреля
9.	Предварительное прохождение проверки ВКР в системе «Антиплагиат.ВУЗ»	до 1 мая
10.	Предзащита, ВКР на заседании выпускающей кафедры	до 15 мая
11.	Доработка ВКР в соответствии с замечаниями, высказанными на предзащите и окончательное оформление	до 20 мая
12.	Итоговое прохождение проверки ВКР в системе «Антиплагиат.ВУЗ» и получение протокола с результатом проверки	до 25 мая
13.	Получение отзыва научного руководителя	до 27-28 мая
14.	Подготовка к защите (доклада, раздаточного материала, разработка презентации и пр.)	до конца мая
15.	Сдача готовой (переплетенной) ВКР на кафедру	до 10 июня
16.	ЗАЩИТА ВКР	согласно графику

6. СТРУКТУРА РАБОТЫ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРНЫМ ЭЛЕМЕНТАМ

Структура выпускной квалификационной работы. Традиционно сложилась определенная композиционная структура работы:

1. Титульный лист
2. ОГЛАВЛЕНИЕ



3. ВВЕДЕНИЕ
4. ГЛАВЫ ОСНОВНОЙ ЧАСТИ (от 2 до 3 глав, которые обычно разбиваются на параграфы)
5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ.
6. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ
7. ПРИЛОЖЕНИЕ(-Я).
8. АННОТАЦИЯ

6.1. Титульный лист

Титульный лист (см. приложение № 2) является первой страницей ВКР (диплома) и заполняется в строгом соответствии с правилами:

В верхнем поле дается указание на Министерство образования и науки Российской Федерации и Кыргызской Республики, далее указывается полное наименование учебного заведения и факультет. Ниже указывается кафедра, на которой выполнена работа.

В среднем поле дается название ВКР (диплома), приводится «тема», но не заключается в кавычки. **В заглавии работы не следует допускать неопределенных формулировок**, например: «*анализ некоторых вопросов...*», а также штампованных формулировок типа: «*к вопросу о...*», «*к изучению...*», «*материалы к...*».

Под названием ВКР указываются фамилия, имя, отчество студента. Ниже, ближе к правому краю титульного листа, приводятся фамилия и инициалы научного руководителя, а также при наличии его ученое звание и ученая степень.

В нижнем поле указываются место выполнения выпускной квалификационной работы (г. Бишкек) и год ее написания.

6.2. Оглавление



Оглавление (см. приложение № 3) должно следовать за титульным листом, включает перечисление частей работы, начиная от введения и кончая приложениями, с указанием страницы начала каждой части.

Названия глав и разделов должны быть сформулированы, по возможности кратко и отражать их содержание. **Заголовки разделов должны точно повторять заголовки в тексте. Сокращать или давать их в другой формулировке, последовательности и соподчиненности по сравнению с заголовками в тексте нельзя.**

Заголовки одинаковых степеней рубрикации необходимо располагать друг под другом. Заголовки каждой последующей ступени смещены на три-пять знаков вправо по отношению к заголовкам предыдущей ступени. **Все заголовки начинаются с прописной буквы без точки на конце.** Последнее слово каждого заголовка соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце оглавления.

Нумерация рубрик делается по индексационной системе, т. е. с цифровыми номерами, содержащими во всех ступенях, кроме первой, номер, как своей рубрики, так и рубрики, которой она подчинена.

Наиболее распространенными ошибками этой части ВКР являются:

- отсутствие названий у глав;
- отсутствие страниц или их двойное указание (например, 15–23);
- неправильная нумерация разделов (например, § 1).

При нумерации первая цифра означает номер главы, вторая – номер раздела.

Знак § в оглавлении и в тексте работы не используется.

Например,

1.2. – второй раздел первой главы, а 2.3 – третий раздел второй главы.



Текст основной части ВКР делится на главы, разделы, подразделы и пункты.

Заголовки структурных частей выпускной работы «Оглавление», «Введение», «Заключение» и т.д. печатаются прописными буквами в середине строки. Так же печатаются заголовки глав.

6.3. Введение

Во *Введении* дано краткое обоснование выбора темы, раскрыта актуальность проблемы исследования, определены объект и предмет исследования, сформулированы цель и задачи, выбраны методы проведения исследования проекта.

Кроме того, должна быть четко определена теоретическая база исследования, т.е. перечислены все наиболее значимые авторы, проводившие научные или научно-практические исследования по данной проблеме; сформулировано и обосновано отношение студента к их научным позициям.

Далее раскрыта научная новизна и теоретическая и/ или практическая значимость работы. В конце Введения приводится краткое содержание основной работы.

Таким образом, структура Введения выглядит следующим образом:

- Актуальность темы исследования
- Степень изученности проблемы
- Объект исследования
- Предмет исследования
- Цель работы
- Задачи
- Методологическая основа исследования
- Научная новизна
- Теоретическая и практическая значимость результатов исследования
- Структура исследования

Предлагаем рассмотреть детально.

6.3.1. Актуальности выбранной темы



Обоснование *актуальности выбранной темы* – это начальный этап работы над курсовым сочинением. Целесообразно брать для ВК работы как можно более конкретные темы, поскольку только узкая тематика может быть проработана достаточно глубоко и детально в течение учебного года. Однако слишком узкая и специальная проблема может создать трудности для обоснования значимости темы в теоретическом и прикладном аспектах.

Освещение актуальности темы не должно быть многословным. Достаточно в пределах одной страницы показать главное – **суть проблемной ситуации и какие последствия может принести ее разрешение.** Актуальность находится в самой тесной связи с решаемой в работе научной и в то же время прикладной проблемой, от которой и надлежит отталкиваться.

Например,

Актуальность темы. Развитие экономики Кыргызской Республики определяется многочисленными факторами, в том числе уровнем организации маркетинга в различных отраслях промышленности. Наиболее актуальной является проблема рационального использования возможностей маркетинга, в условиях развивающихся рыночных отношений.

В условиях обостряющейся конкуренции может выжить только такое предприятие, которое творчески применяет маркетинговый подход к своей деятельности, постоянно ищет новые способы адаптации к меняющимся условиям функционирования.

Маркетинг является отличительной уникальной функцией делового предприятия. Знание принципов и основ маркетинговой деятельности, помогает уменьшить коммерческий риск, просчитать его варианты, выбрать наиболее оптимальные условия из уже имеющихся. Также обеспечить прибыльность производства и продажи при высоком качестве продукции и обслуживания в условиях конкуренции, определить продажные цены, приемлемые для разных групп покупателей в условиях устойчивого сбыта.

Маркетинговые исследования играют центральную роль в системе современного маркетинга. В настоящее время все более укрепляется мнение, что по мере ускорения научно-технического прогресса эффективность деятельности любой фирмы будет во все возрастающей степени определяться не только ее производственным и научно-техническим потенциалом и даже не финансовыми возможностями, а умелым проведением и использованием результатов маркетинговых исследований.

На предприятиях Кыргызской Республики недостаточное внимание уделяется вопросам маркетинга, а потребность его использования растет из года в год. Наряду с управлением финансами и технологиями, маркетинг выступает одним из важнейших стратегических факторов успеха отечественных предприятий на рынке. Поэтому система экономической деятельности предприятия должна базироваться на использовании научно обоснованных методов маркетинга.

Сказанное выше предопределяет необходимость совершенствования внедрения маркетинга на предприятиях Кыргызстана.

Как правило, актуальность исследования позволяет точно и обоснованно сформулировать проблему (гипотезу) исследования. **В соответствии с формулировкой выявленной проблемы (гипотезы)**



формулируется цель исследования. Актуальность работы не следует описывать более чем на 1 – 1,5 стр.

Распространенная ошибка – описание существующей в обществе или науке действительности без ссылок на научные литературные источники или официальную статистику. Такие голословные утверждения во внимание не принимаются, и актуальность считается не описанной.

6.3.2. Степень изученности проблемы

Степень изученности проблемы – это краткий обзор имеющейся по данной теме специальной литературы. Определяется круг авторов, исследовавших избранную тему, и делается лаконичный анализ, способствующий, чтобы прийти к выводу, что данная тема еще не раскрыта (или раскрыта лишь частично, или раскрыта, но не в том аспекте) и поэтому нуждается в дальнейшей разработке.

Здесь **важно показать умение анализировать, систематизировать материал, источники, критически их рассматривать, выделять существенное, оценивать ранее сделанное другими исследователями, определять главное в современном состоянии темы.** В ходе изложения должна чувствоваться определенная логическая связь и последовательность, поэтому перечень работ и их критический разбор не обязательно делать в хронологическом порядке их публикации.

Работа посвящена сравнительно узкой теме, поэтому и обзор работ следует делать только по вопросам выбранной темы, а не по всей проблеме в целом. Не стоит излагать все то, что стало известно исследователю из прочитанного, и что имеет лишь косвенное отношение к курсовой или выпускной квалификационной работе. Но ценные публикации, имеющие прямое и непосредственное отношение к теме научной работы, должны быть названы и критически оценены.



Например,

Степень изученности проблемы. С переходом на рыночные отношения возрос интерес ученых-экономистов к исследованию проблем в области маркетинга. Во многих научных трудах освещаются различные аспекты маркетинга, как метода рыночного управления.

Современная концепция маркетинга рассматривалась в трудах таких экономистов, как Ф. Котлер¹, М. В. Смолянкина², Дж. Сакс³, И. С. Березин⁴, И. К. Беляевский⁵, Е. П. Голубков⁶. В Кыргызской Республике отдельным вопросам маркетинга посвящены труды С. И. Исакова⁷, А.К. Камаловой, Р. Н. Джапаровой⁸ и другими. Однако наименее изученной остается проблема разработке основ использования маркетинговых исследований и маркетинга в целом в экономической деятельности отечественных предприятий.

6.3.3. Объект и предмет исследования

Вслед за проблемой определяется **объект исследования**, а затем **предмет исследования**.

Объект исследования – это, как правило, область или сфера явлений, реальные рекламно-маркетинговые процессы, которые содержат противоречия и порождают проблемную ситуацию. Определяя объект исследования, автор обозначает поле исследования. Обычно название объекта исследования содержится в ответе на вопрос: *что рассматривается?*

Предмет исследования – это отдельные стороны, свойства, характеристики объекта; та сторона, тот аспект, та точка зрения, с которой исследователь познает целостный объект, выделяя при этом главные, наиболее существенные для исследования признаки объекта. Формулируя предмет исследования, автор проясняет вопрос: *что исследуется?*

Размышляя над предметом исследования, студент определяет, какие отношения, свойства, аспекты, функции объекта раскрывает данное исследование.

¹ Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. СПб.: Питер, 2005; Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1999; Котлер Ф. Десять смертных грехов маркетинга. Пер. с англ. М.: Альпина Паблишерз, 2010.

² Смолянкина М. В. Маркетинг вчера, сегодня, завтра (взгляд на эволюционное развитие). М.: Экономика, 2000.

³ Сакс Дж. Рыночная экономика и Россия: Пер. с англ. М.: Экономика, 1996.

⁴ Березин И. С. Маркетинг и исследования рынков. М.: Русская деловая литература, 2000.

⁵ Беляевский И. К. Маркетинговые исследование: информация, анализ, прогноз: Уч. пособие. М.: Финансы и статистика, 2004.

⁶ Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. М.: Финпресс, 1998.

⁷ Исаков С. И. Маркетинг в Кыргызстане. Б.: НИИ экономики, 1997.

⁸ Джапарова Р. Н. История, сущность маркетинга и его реформирование в переходной экономике. Б., 2002.



Предмет — более узкое понятие по сравнению с объектом исследования. Предмет исследования дает некоторые границы, за которые не должна выходить данная работа, сужает область исследования. Предмет определяет тему дипломной работы и обозначается на титульном листе в виде заглавия.

Например,

Объектом исследования выступают предприятия кондитерской промышленности республики.

Предметом исследования является процесс формирования и развития маркетинговых исследований, маркетинговая деятельность предприятий кондитерской промышленности республики.

Или

Объектом исследования выступает трансмаскулинность женского образа в рекламе.
Предметом исследования – реклама женских образов с чертами маскулинности.

6.3.4. Цель исследования

После формулирования объекта и предмета проблемы, необходимо обозначить **цель исследования**. Цель – представляемое и желаемое будущее событие или состояние, идеальное представление результата нашего действия.

Например, «Цель исследования — выявление, обоснование и экспериментальная проверка условий...».

Чем конкретнее цель, тем понятнее, что, как и какими средствами планируется достичь в работе. Также возможна фраза «Решение данной проблемы и составило цель исследования», что позволит избежать повторения-«перевертыша» проблемы. С целью соотносятся средства, необходимые для ее достижения.

Цель исследования – это планируемый результат, модель ожидаемого решения проблемы, которая может быть достигнута только с помощью проведения исследования.

Например,

Целью данной работы является анализ подходов к организации маркетинговых исследований в Кыргызстане на современном этапе, а также



разработка теоретических и методологических основ концепции маркетинга в республике и научное обоснование практических предложений по совершенствованию организации маркетинговой деятельности предприятий кондитерской промышленности.

6.3.5. Задачи для достижения целей исследования

С объектом и предметом и целью исследования тесно связаны **задачи исследования.**

Задачи исследования представляют собой содержательную, методическую и организационную конкретизацию цели; являются конкретными последовательными этапами (путями) решения проблемы исследования по достижению основной цели. Осмыслению задач способствует поиск ответов на вопрос: *что нужно сделать, чтобы достигнуть цели, решить проблему исследования?*

Формулируя задачи, следует помнить, что, решая их, фактически задается программа исследования: дать описание, определить теоретические основы исследования, выявить, дать характеристику, раскрыть специфику феномена (сделать предположение, подобрать методы, разработать программу, собрать сведения, получить данные, сравнить данные друг с другом по таким-то параметрам и т.д. – это внутренние задачи исследования, которые не выносятся в разряд общих).

Рекомендуется формулировать задачи с глаголов в виде перечислений («обосновать...», «изучить...», «описать...», «установить...», «проанализировать...», «выяснить...», «разработать...», «доказать...» и т.д.). **Определение задач** следует производить как можно тщательнее, поскольку их решение **должно составить основное содержание глав и параграфов исследования.**

Таким образом, **каждая следующая задача может решаться только на основе результата решения предыдущей. Задачу рекомендуется ставить к каждой структурной единице текста (главе, разделу), поэтому**



количество задач напрямую зависит от количества разделов в исследовании.

Например,

Для достижения поставленной цели были поставлены **задачи**:

- изучить современные подходы к организации маркетинга и обосновать необходимость его применения в практической деятельности отечественных предприятий;
- раскрыть направление и содержание маркетинговых исследований;
- проанализировать современное состояние маркетинговой деятельности предприятий на рынке республики и выявить ее сильные и слабые стороны;
- разработать направления совершенствования организации маркетинга предприятий кондитерской отрасли.

6.3.6. Методы исследования

Очень важным этапом исследования является выбор *методов*, которые служат инструментом добывания фактического материала, его систематизации и анализа. *Методы исследования* – это совокупность действий, призванных помочь достижению желаемого результата приемов, которые в свою очередь являются частью метода.

Методы делятся на три большие группы:

- 1) *общенаучные методы исследования* (абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция, моделирование и др.);
- 2) *методы эмпирического исследования* (наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент);
- 3) *математические методы исследования.*

Итак,

Общенаучные методы исследования:

Анализ – расчленение целостного предмета на составляющие части (стороны, признаки, свойства или отношения) с целью их всестороннего изучения. Данный метод является наиболее популярным для курсовых работ.

Но может использоваться и:

- *сравнительно-правовой анализ* (например, сравниваются правовые системы России и Кыргызстана в сфере рекламы и СМИ),



– **статистический анализ** (динамика рассматриваемого явления за определенный период) и т.д.

– **анализ литературы** (или нормативно-правовых документов) по теме исследования.

Исторический метод – изучение в хронологическом порядке.

Изучение и обобщение сведений.

Абстрагирование – изучение предмета вне его связей с миром.

Аналогия – прием познания, при котором на основе сходства объектов по одним признакам делается заключение об их сходстве по другим, т.е. осуществляется перенос знания с одного предмета на другой)

Дедуция – вид умозаключения от общего к частному, когда из массы частных случаев делается обобщенный вывод о всей совокупности таких случаев, т.е. рассуждение от общего к частному.

Индукция – метод исследования и способ рассуждения, в котором общий вывод строится на основе частных посылок, т.е. рассуждение от частного к общему.

Классификация – разделение всех изучаемых предметов на отдельные группы в соответствии с каким-либо важным для исследователя признаком (особое значение имеет в описательных науках), т.е. создание системы, объединяющей разнородные явления по единому принципу.

Обобщение – прием мышления, в результате которого устанавливаются общие свойства и признаки объектов.

Описание – фиксация средствами естественного или искусственного языка сведений об объектах.

Прогнозирование – специальное научное исследование конкретных перспектив развития какого-либо явления.

Синтез – соединение ранее выделенных частей (фактов, сторон, признаков, свойств или отношений) предмета в единое целое.



Эмпирические методы исследования:

Моделирование – изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели), замещающей оригинал с определенных сторон, интересующих познание, т. е. получение информации о предмете через созданную модель.

Модель всегда соответствует объекту-оригиналу в тех свойствах, которые подлежат изучению, но в то же время отличаются от него по ряду других признаков, что делает модель удобной для исследования изучаемого объекта.

Наблюдение – целенаправленное фиксированное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов.

Сравнение – например, явлений, качеств, различных школ исследования или различных результатов одной и той же деятельности.

Студент должен самостоятельно обосновать применение тех или иных теоретических и эмпирических методов в ВК работе.

Эксперимент – апробирование, испытание изучаемых явлений в контролируемых и управляемых условиях, т.е. организация направленного наблюдения. В эксперименте стремятся выделить изучаемое явление в чистом виде, с тем, чтобы было как можно меньше препятствий в получении искомой информации.

Математические методы исследования:

Анкетирование или интервьюирование (опрос по нужной проблеме).

Измерение (получение количественных данных).

Контент-анализ – целенаправленное изучение определенных материалов (газет, журналов, листовок, буклетов, плакатов, фотографий и т.д.), предполагающий количественный анализ информации на разнообразных носителях с последующей статистической обработкой.



Например, изучается расположение и количество рекламы конкурирующей фирмы в городской газете.

Статистические приемы.

Модели и методы массового обслуживания.

Визуализация информации – построение графиков, составление функций и пр.

Например,

В качестве методологической основы исследования использован сравнительно-исторический метод, который позволил соотнести особенности развития маркетинга в Кыргызстане с мировой практикой. Аксиологический метод дал возможность оценить преимущества маркетинговой деятельности на отечественных предприятиях в кондитерской отрасли. Благодаря проблемно-хронологическому методу были определены проблемы и перспективы развития рынка маркетинговых исследований Кыргызской Республики.

Также были использованы методы опроса посредством анкетирования; личное интервью; скрытый опрос; наблюдение и сбор информации при помощи Internet. Благодаря методу контент-анализа анкетной базы исследования выявлены тенденции и приоритеты стратегических направлений развития маркетинговых исследований на рынке кондитерской промышленности Кыргызской Республики.

Методы исследования в ВК работе должны полностью соответствовать заявленным задачам, чтобы исследователь мог получить исчерпывающе полную и объективную информацию о конкретном предмете изучения. Ошибка при выборе способов и приемов проведения изысканий приведет к неполноте массива собранных данных или их субъективности, что может повлечь за собой неверные выводы. Поэтому при перечислении использованных в ВК работе методов, особенно частных, желательно обосновать их выбор – уточнить, почему именно они подходят для изучения предмета и объекта исследования.

Для каждой конкретной науки существуют собственные специальные методы.

6.3.7. Научная новизна исследования

Научная новизна исследования. Играет особую роль, вследствие чего к исследованию надо отнестись с повышенным вниманием.



К числу признаков, позволяющих утверждать о научной новизне работы, относятся:

- постановка новой научной проблемы;
- введение новых научных категорий и понятий, развивающих представление о данной отрасли знаний;
- раскрытие новых закономерностей протекания естественных и общественных процессов;
- применение новых методов, инструментов, аппарата исследования;
- разработка и научное обоснование предложений об обновлении объектов, процессов и технологий, используемых в экономике, управлении,
- развитие научных представлений об окружающем мире, природе, обществе.

Научная новизна – это признак, дающий автору право на использование понятия «впервые», при характеристике полученных им результатов и проведенного исследования в целом. Понятие «впервые» означает в науке факт отсутствия подобных результатов до их публикации. Впервые может проводиться исследование на оригинальные темы, которые ранее не исследовались в той или иной отрасли научного знания.

В большинстве случаев научная новизна проявляется в наличии теоретических положений, которые впервые сформированы и содержательно обоснованы, методических рекомендациях, внедренных в практику и оказывающих существенное влияние на достижение новых социально-экономических результатов. Новыми могут быть только те положения исследования, которые способствуют дальнейшему развитию науки в целом или отдельных ее направлений.



Научная новизна состоит также в определении генезиса развития той или иной отрасли научного знания, во вскрытии закономерностей и основных путей развития той или иной науки.

Например,

Научная новизна полученных результатов заключается в следующем:

- на основе обобщения различных подходов к проблеме маркетинга уточнена сущность маркетинговых исследований и маркетинга в целом;
- дана оценка уровня организации маркетинговой деятельности на предприятиях кондитерской промышленности, позволяющая повысить эффективность их деятельности;
- выявлены преимущества, проблемы и недостатки, а также определены возможности отечественных предприятий кондитерской промышленности и их маркетинговой деятельности, определены угрозы со стороны внешней среды;
- рекомендованы пути совершенствования товарной и сбытовой политики предприятий кондитерской промышленности на рынке республики.

6.3.8. Теоретическая и практическая значимость

Теоретическая и/или практическая значимость результатов исследования. Дается обоснование, в каких областях, прикладной деятельности, какими органами и организациями, в какой форме используются и могут быть использованы результаты выполненного исследования и рекомендации, высказанные в работе.

Формы внедрения научных результатов могут быть весьма различны, **например,**

- предложения по совершенствованию систем социально-экономического, технического, политического, юридического и т.п. регулирования;
- рекомендации по совершенствованию экономического, юридического механизма, управления социальными процессами и т.д.;
- нормативные и методические документы, которые утверждены или рекомендованы к использованию министерствами, государственными комитетами, ведомствами, объединениями или другими заинтересованными организациями;



- научного обоснования вариантов направлений, способов совершенствования условий и эффективности труда, основных производственных и непроизводственных фондов, материальных, топливно-энергетических ресурсов и других факторов социальной и экономической деятельности объединения, ведомства, организации;
- обоснование предложений по использованию достижений научных разработок в практической деятельности предприятий и организаций;
- решение отдельных проблемных вопросов при разработке научно-исследовательских тем, выполняемых госбюджетных и хоздоговорных научных работ.

Например,

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования может быть применена в сферах связей с общественностью внутрикорпоративного назначения, при рассмотрении деятельности организации мероприятий для корпоративного клиента. Также результаты исследования, его выводы и рекомендации могут быть полезны при рассмотрении ситуации на рынке труда среди компаний-работодателей большой известности.

Материалы исследования могут послужить учебным материалом для студентов, а также использоваться при разработке специальных и факультативных курсов.

6.3.9. Структура исследования

Структура исследования. Здесь указывается количество разделов работы и дается их краткая характеристика.

Например,

Структура исследования обусловлена логикой достижения цели и решения поставленных исследовательских задач. Текстовая часть работы состоит из введения, двух глав, содержащих по два параграфа, заключения, списка использованной литературы и приложения.

6.4. Основная часть исследования выпускной квалификационной работы



Примерное содержание разделов. Выпускная квалификационная работа бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью» состоит из двух глав (соответственно, теоретического и практического разделов), поделенных на параграфы (как правило, по два параграфа в каждой главе). В них освещаются теоретические вопросы и экспериментальная часть, дается анализ полученных результатов, расчетов, иллюстраций. Желательно, чтобы главы и параграфы резко не отличались по объему.

При установленном **объеме выпускной работы в 60-65 страниц** примерная постраничная структура ее будет выглядеть следующим образом (при этом допускаются небольшие – до 2 страниц отклонения)¹:

- суммарный объем Введения и Заключения – 6-8 страниц;
- глава 1 (теоретический раздел) – до 20-25 страниц;
- глава 2 (практический раздел) – до 25-30 страниц;
- список использованной литературы – 2-3 страницы.

В исключительных случаях по согласованию с научным руководителем и профессорско-преподавательским составом кафедры **объем выпускной работы может составлять 55 страниц.**

В **ГЛАВЕ 1.** задаются и изучаются теоретико-методологические основы выбранной темы ВКР: описывается объектная область; показывается место и роль предмета исследования в объекте и объектной области; изучаются общие процессы, технологии, механизмы и методы управления объектом и предметом; показывается специфика управления конкретным предметом исследования.

В первой главе (**разделе / параграфе 1.1.**) необходимо представить материал, полученный как результат аналитической работы с различного

¹ См. подробнее на стр. 47.



рода источниками научного характера. Здесь рассматривают вопросы, не только теоретически и практически уже решенные, но и что немало важно, вопросы спорные, дискуссионные, а также по-разному освещаемые в литературе, и обязательно высказать свою точку зрения, обосновав ее.

Таким образом, в пункте 1.1. при изучении теоретико-методологической основы ВКР определяют основные термины и понятия, которые составят основу работы.

Вторая часть 1 главы (**разделе / параграфе 1.2**) непосредственно фокусируется на предмете исследования и являет собой главный методический компонент ВКР. Здесь представляются и анализируются существующие практические технологии и механизмы рекламы в изучаемой области; изучаются, систематизируются и обобщаются пути, способы и методы, применяемые для решения рассматриваемой проблемы (как эффективные, так и неудачные, чреватые негативными последствиями).

Теоретическая часть ВКР – своего рода логический «мостик» к практическому анализу конкретного предприятия. Здесь полезны примеры международного и отечественного опыта эффективного решения исследуемой задачи; анализ практических аспектов и особенностей проблемы в республике, регионе, отрасли.

Однако, необходимо, чтобы теоретическая глава имела творческий характер (ни в коем случае не являлась плагиатом – т.е. механическим копированием больших фрагментов источников!) и не содержала материала, не имеющего существенного значения для темы.

ГЛАВА 2., как правило, представляет собой практическую, основную часть ВКР. Здесь проводится анализ состояния исследуемой темы (предмета ВКР) на предприятии (в организации); выявление проблем и разрывов, зон низкой эффективности, сдерживающих факторов, препятствий; определение



и обоснование наиболее общих путей (и по возможности, более конкретных рекомендаций) решения выявленных проблем

В этой части необходимо показать, что студент в состоянии применить полученные в ходе теоретического обучения знания на практике: для проведения анализа фактических данных и условий, выявления разрывов между тем, «как должно быть», и тем, «что есть в реальности».

Выпускник основной образовательной программы бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью» должен также суметь показать основные пути преодоления выявленных трудностей и препятствий: каким образом можно адаптировать алгоритмы, механизмы и методы (из учебно-теоретических источников) к условиям конкретной ситуации.

Более сложная и трудоемкая задача – разработать и внедрить эти механизмы и методы в практику управления предприятием – на уровне бакалавриата не ставится!

Вторая глава ВКР (**раздел / параграфе 2.1.**) рассматривает на практических примерах теоретико-аналитические выводы, представленные в первой, теоретической главе, с подтверждением или опровержением гипотезы на конкретных примерах, делая ссылки на теоретические положения (Глава 1.).

Во втором (**разделе / параграфе 2.2.**) проводится уже более подробный и глубокий анализ предмета исследования и специфических показателей деятельности предприятия, непосредственно связанных с темой ВКР.

Студенту лучше представить собственные практические наблюдения, проекты, которые были уже введены в положения теоретической части.

Материалы должны быть полными и достоверными, чтобы, опираясь на них, студент имел возможность проанализировать положение дел, вскрыть резервы и наметить пути их использования, а также устранить вскрытые



недостатки в деятельности организации.

Анализ имеющейся фактической информации необходимо проводить с использованием современных методов экономического, статистического, социологического и психологического анализа.

Итак, *глава 1*. Как правило, содержит описание проблемы, вводит в саму проблему, описывает состояние в теории исследования, анализирует исторический опыт (исторические проблемы).

Глава 2. Проводится подробный анализ предмета исследования, описываются его основные параметры и характеристики

Например,

ГЛАВА 1. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	
1.1.	Маркетинг: история, становление, эволюция
1.2.	Формирование основ маркетинговых исследований
ГЛАВА 2. МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОНДИТЕРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ	
2.1.	Проблемы организации и использования маркетинга
2.2.	Перспективы развития маркетинговых исследований

Каждый раздел / параграф должны обладать краткостью и четкостью, источать уверенность, быть конкретными. Содержать **краткий вывод-резюме**, в котором подводятся итоги по данному разделу исследования, **и подготавливается переход к следующей части работы!!**

При формулировании выводов полезно использовать следующие стилистические обороты:

- средства, подытоживающие изложение: *итак; таким образом; в заключение отметим; на основе сказанного; следовательно;*
- средства, отражающие переход изложения от одной части (мысли) к другой: *прежде чем; обратимся; подчеркнем следующее; остановимся на; далее рассмотрим.*

Многие вопросы на предварительной и заключительной защите задаются именно на основании сделанных выводов и рекомендаций



6.5. Заключение

Заключение (выводы и предложения). В заключении даются ответы на поставленные в начале исследования задачи, отражаются основные выводы, подтверждающие (или опровергающие) гипотезу. Это своеобразный «ответ введению». Заключение должно отражать результаты практической значимости исследования, пути и дальнейшие перспективы работы над проблемой. В заключении дается краткий перечень наиболее значимых выводов и предложений (рекомендаций), содержатся обобщённые выводы и предложения по совершенствованию общественных отношений в сфере маркетинга, политологии, социологии, управления, права, указание дальнейших перспектив работы над проблемой, которые должны быть сформулированы предметно и адресно.

Особенно ценными являются выводы по эмпирической части исследования. Последовательность представления выводов – от более общих, напрямую отвечающих на поставленную в исследовании проблему, к более частным. Допустима нумерация сделанных выводов (предложений, рекомендаций) с указанием их адресатов, например, органам федеральной/республиканской власти, органам государственного управления, органам местного самоуправления, организациям, предприятиям либо их подразделениям.

Заключение может завершаться предположениями по поводу дальнейших возможностей исследования данной проблемы.

6.6. Список использованной литературы



Список использованной литературы (библиографическое описание)

– отражает список литературы, проработанный автором, независимо от того имеются ли в тексте ссылки на нее или нет.

Библиографический список отражает самостоятельную творческую работу студента и позволяет судить о степени фундаментальности проведенного исследования. Библиографическое

описание условно разделяется на части:

1. *Нормативные правовые акты* располагаются в соответствии с их юридической силой:

- международные законодательные акты – *по хронологии*;
- Конституция КР и РФ;
- кодексы – *по алфавиту*;
- законы РФ – *по хронологии*;
- указы Президента КР и РФ – *по хронологии*;
- акты Правительства КР и РФ – *по хронологии*;
- акты министерств и ведомств в последовательности – приказы, постановления, положения, инструкции министерства – *по алфавиту*, акты – *по хронологии*.

- источники статистических данных – *по хронологии*.

2. *Научно-методическая литература* состоит из книг, статей и др.

(если автор на титульном листе не указан, то по названию книги):

- книги и статьи на русском языке – *по алфавиту*;
- книги и статьи на иностранных языках – *по алфавиту*.

3. *Интернет-ресурсы* – с указанием сайта и времени посещения.

В списке литературы используется сплошная сквозная нумерация для всех источников. Студент указывает все использованные источники при написании ВКР (упомянутые в работе персоналии и источники, а также иная литература по проблеме, рассмотренная автором в ходе исследования).



Библиографическое описание в ВКР должен быть представлено из не менее 40 наименований, где 75 % – издания за последние 5 лет.

По тексту работы обязаны быть сделаны сноски на используемые им литературные источники и нормативно-правовой материал. **Заимствование текста из чужих произведений без ссылки (т.е. плагиат) может быть основанием для недопуска работы к защите или снятие ее с защиты!!!**

6.7. Приложение

Материал, дополняющий текст ВКР, допускается помещать в *приложениях* (собранные документы, статистические отчеты организации, на основе которых выполнена ВКР, а также графический материал, расчеты вспомогательного характера, таблицы большого формата, описания алгоритмов и программ задач графики, таблицы, диаграммы, другие материалы).

Допускается в качестве приложения к документу использовать другие, самостоятельно выпущенные документы (анкеты, чертежи, схемы, фотографии и др.).

Приложения оформляют как продолжение текстового документа на последующих листах или выпускают в виде самостоятельного документа.

Приложения могут быть обязательными или информационными.

В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки.
Располагают приложения в порядке ссылок на них в тексте документа.
Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху с левой стороны страницы слова «Приложение» и его обозначения, а под ним в скобках для обязательного приложения пишут слово «обязательное», а для информационного – «рекомендуемое» или «справочное».



Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают порядковыми цифрами. После слова «Приложение» следует цифра, обозначающая его последовательность. Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение 1».

Рисунки, таблицы и формулы, помещаемые в приложении, нумеруют следующим образом: «*Рисунок 1.1*» – первый рисунок приложения 1; «*Таблица 1.2*» – вторая таблица приложения 1.

Приложения, как правило, выполняют на листах формата А3, А4×3, А4×4, А2, А1 – по ГОСТ 2.301–68.

Приложения должны иметь общую с остальной частью ВКР сквозную нумерацию страниц.

Все приложения должны быть перечислены в оглавлении ВКР с указанием их обозначения и заголовка.

Текст каждого приложения при необходимости разделяют на части, нумеруемые арабскими цифрами в пределах каждого приложения. Перед номером ставится обозначение этого приложения.

Приложения, выпускаемые в виде самостоятельного документа, оформляют по общим правилам: первый лист с основной надписью по форме 2, последующие листы – по форме 2а (ГОСТ 2.104–68).

Если приложение имеет титульный лист, то на нем под наименованием указывают слово «Приложение».

6.8. Аннотация

Аннотация (см. приложение № 4) представляет собой краткое содержание выпускной квалификационной работы, состоящая из:



- уровень работы (квалификационная);
- текст реферата;
- перечень ключевых слов.

Текст аннотации должен отображать информацию, представленную в работе, как правило, в такой последовательности:

- объект исследования или разработки;
- цель работы;
- методы исследования;
- новизна исследования;
- степень внедрения;
- рекомендации по использованию результатов работы;
- область применения;
- значимость работы и выводы.

Согласно требованиям к ВК работам **аннотация должна быть на русском, кыргызском и английском языках.**

Объем аннотации – не менее 0,5 и не более 1 страницы.

7. ЯЗЫК И СТИЛЬ ИЗЛОЖЕНИЯ

Язык изложения. Главное правило – говорить с аудиторией на ее языке. **Аудитория ВК работы – академическая профессура, следовательно, стиль изложения – научный.**

Научный стиль обслуживает сферу науки, т.е. сферу человеческой деятельности, функцией которой является выработка и теоретическое осмысление объективных знаний о действительности. Как способ освоения действительности наука отличается стремлением к максимально



обобщенному, объективному, обезличенному знанию. Науку характеризует интеллектуально-понятийный образ мышления. *Эти особенности научного познания воплощаются в содержании и отражаются в языковой форме научных произведений. Содержанием научных произведений являются идеи и факты, законы и категории, открытые учеными.*

Цель данного научного произведения – доказать истинность выдвинутой гипотезы. Поэтому все языковые средства в научном тексте направлены на реализацию двух задач: информативной и воздействующей. Сила воздействия научного текста непосредственно зависит от того, насколько доказательны аргументы, приводимые автором, насколько логично, ясно и точно изложено содержание в научном тексте. При работе с научными текстами следует продемонстрировать умение аналитической обработки текстового материала, а также правильная трактовка понятий (дефиниций), их точность и научная обоснованность. Термины, употребляемые в работе должны быть обоснованными (например, понятия из законов Кыргызской Республики), либо со ссылкой на исследования ученых и практиков, а также являться общепринятыми. Исключения должны составлять только впервые вводимые те или иные научные понятия.

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

- **последовательность развития мысли** выражается словами «вначале», «прежде всего», «затем», «во-первых», «во-вторых», «значит», «итак» и др.;



- **противоречивые отношения** – словами «однако», «между тем», «в то время как», «тем не менее»;
- **причинно-следственные отношения** – словами «следовательно», «поэтому», «благодаря этому», «сообразно с этим», «вследствие этого», «кроме того», «к тому же»;
- **переход от одной мысли к другой** – «прежде чем перейти к...», «обратимся к...», «рассмотрим», «остановимся на...», «рассмотрев, перейдем к...», «необходимо остановиться на...» и др.;
- **итог выражается словами** «итак», «таким образом», «значит», «в заключение отметим», «все сказанное позволяет сделать вывод», «подведя итог», «следует сказать» и др.

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

Научный текст отличает прагматическая направленность на конечный результат. Поэтому в ВК работе словоупотребление должно быть максимально точным, лишенным специальных стилистических украшений. Такой текст не требует художественности, эпитетов и метафор, эмоциональных средств выражения.

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



Стиль ВКР – это стиль безличного монолога, лишенного эмоциональной и субъективной окраски. **Не принято использовать местоимение первого лица единственного числа «я», точку зрения автора обычно отражает местоимение «мы»** («в ходе исследования нами было установлено, что...», «мы пришли к выводу...», «нами установлено», «мы можем утверждать», «мы приходим к выводу» и т. д.). Для того чтобы разнообразить текст, **конструкции с местоимением «мы» могут заменяться неопределенно-личными предложениями** («к проблеме формирования потребительских предпочтений подходят с различных точек зрения», «можно полностью согласиться с экспертами в том, что...»). Возможно также **изложение авторской позиции от третьего лица** («автор полагает, что...») и **страдательный залог** («проанализированы графические элементы логотипа и дизайна упаковки торговой марки»).

Благодаря такому стилю создается впечатление, что мнение автора как бы имплицитно подкрепляется мнением, стоящих за ним научного сообщества – руководителя, коллектива, школы, направления. Подача текста выглядит скромнее, позволяя автору не выдвигать себя на первый план.

Помимо точности словоупотребления научный текст требует ясности изложения. Еще одним требованием, предъявляемым к научному тексту, является краткость. Это не означает, что предложения в тексте должны быть односложными, не следует использовать слова и выражения, которые не имеют смысловой нагрузки, а также повторы, слова-паразиты, излишнюю конкретизацию.

8. РЕЧЕВЫЕ КЛИШЕ ОФОРМЛЕНИЯ НАУЧНОГО ТЕКСТА¹

¹ Источник: Кузин Ф. А. Диссертация: Методика написания. Правила оформления. Порядок защиты. Практическое пособие для докторантов, аспирантов и магистрантов. М.: Ось-89, 2001. С. 143–146.



Речевая задача	Словесное оформление
Активизация внимания, актуализация	<p><i>Выделим, отметим,</i> <i>Подчеркнем, заметим,</i> <i>Важно отметить и пр.</i></p>
Выражение причинно-следственных и условно- следственных отношений	<p><i>И поэтому, потому, так как</i> <i>Поскольку</i> <i>Отсюда, откуда следует</i></p>
	<p><i>В результате ...</i> <i>В силу, в виду этого</i></p>
	<p><i>В зависимости от</i></p>
	<p><i>В связи с этим, согласно этому</i></p>
	<p><i>В таком случае, в этом случае</i></p>
	<p><i>В этих, при таких условиях</i></p>
	<p><i>(а) если (же) ..., то ...</i></p>
	<p><i>Что свидетельствует, указывает, говорит, соответствует, дает возможность, позволяет, способствует, имеет значение и т.д.</i></p>
Временная соотнесенность и порядок изложения	<p><i>Сначала, прежде всего, в первую очередь</i></p>
	<p><i>Одновременно, в то же время, здесь же</i></p>
	<p><i>Наряду с этим ...</i></p>
	<p><i>Предварительно, ранее, выше</i></p>
	<p><i>Еще раз, снова, вновь</i></p>
	<p><i>Затем, далее, потом, ниже, в дальнейшем, в последующем, впоследствии</i></p>
	<p><i>В настоящее время, до настоящего времени</i></p>



	<i>В последние годы, за последние годы</i>
	<i>Во-первых, ... во-вторых, ...</i>
Сопоставление и противопоставление	<i>Как..., так и ...</i>
	<i>так же, как и ...</i>
	<i>Не только, но и ...</i>
	<i>По сравнению</i>
	<i>Если ..., то ...</i>
	<i>В отличие, в противоположность, наоборот</i>
	<i>Аналогично, Так же, таким же образом С одной стороны, с другой стороны</i>
	<i>Аналогичный (идентичный)</i>
	<i>По сравнению с..</i>
Дополнение или уточнение	<i>В то время как, между тем, вместе с тем, также и, причем (притом)</i>
	<i>При этом, тем не менее, вместе с тем</i>
	<i>Кроме того, сверх, более того</i>
	<i>Главным образом, особенно ...</i>
	<i>Тем более что ...</i>
	<i>В том числе, в случае, то есть, а именно ...</i>
	<i>В дополнение к ...</i>
	<i>В остальном ...</i>
	<i>Вдобавок</i>
	<i>К тому же ...</i>
Ссылка на предыдущее высказывание	<i>Как было сказано (упомянуто, отмечено, установлено, получено, обнаружено)</i>



	<i>Как говорилось (подчеркивалось, указывалось, отмечалось) выше</i>
	<i>В соответствии с этим ...</i> <i>в связи с этим ...</i>
	<i>В связи с вышеизложенным ...</i>
Обобщение, вывод	<i>Наконец, в заключение, итак, таким образом ...</i>
	<i>Отсюда (из этого) следует (вытекает, понятно, ясно)</i>
	<i>Это свидетельствует ...</i> <i>Это позволяет сделать вывод ...</i>
	<i>Тем самым</i>
Иллюстрация сказанного, пример	<i>Например: ... например, ...</i>
	<i>Так, ... В частности, ...</i>
	<i>В качестве примера можно привести ...</i>
	<i>Приведем несколько примеров ...</i>
	<i>Проиллюстрируем это примером ...</i>
Выражение необходимости	<i>Следует, необходимо,</i> <i>нужно, надо,</i> <i>можно рассмотреть ...</i>

9. ТРЕБОВАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ РАБОТЫ

Изложение материала в ВКР должно быть последовательным и логичным. Все разделы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу. Изложение материала должно быть



конкретным и опираться на результаты практики, при этом важно не просто описание, а критический разбор и анализ данных.

Требования к оформлению ВКР идентичны требованиям, предъявляемым к рефератам, курсовым работам, что формирует единый подход к написанию исследовательских сочинений.

9.1. Объем работы

Примерный объем ВК работы зависит от дисциплины, по которой выполняется работа и определяется преподавателем кафедры.

Объем выпускной квалификационной работы бакалавра составляет 60-65 стр. (введение, основная часть, заключение, список использованных источников. Без приложений! – см. подробнее стр. 32).

Объем ВКР примерно должен составлять:

Бакалавр:

Введение	7% (3-5 стр.)
Глава 1 (теоретическая исследование)	40% (20–25 стр.)
Глава 2 (практическая часть)	42% (25-30 стр.)
Заключение (выводы)	6% (3-4 стр.)
Литература	5% (2-3 стр.)

9.2. Технические требования

Письменная работа студента выполняется с помощью компьютера на одной стороне листа писчей бумаги формата А4. Расположение листов для: текста – книжное, для изображений и таблиц допускается альбомное.

Рекомендуется использовать редактор Microsoft Word. Важно соблюдать размеры полей (таблица 1).



Таблица 1.

Размеры полей страницы

Поле страницы	Ширина поля, см
Левое	3
Верхнее	2
Нижнее	2
Правое	1,5

Левое поле рекомендуется делать шире остальных, для того чтобы оставить место для переплета.

Размер бумаги — А4

Таблица 2.

Настройки основного стиля:

Параметр текста	Значение
Размер шрифта	14 пт
Гарнитура	Times New Roman
Красная строка	1,25 см
Межстрочный интервал	1,5 пт
Отступ перед абзацем	0 пт
Выравнивание текста	По ширине

9.3. Заголовки

Все названия разделов и подразделов имеют выравнивание по центру без точки в конце. **Заголовок раздела печатается 14 кеглем, прописным, полужирным,**

Например,

ГЛАВА 1. HR-БРЕНДИНГ В РАЗВИТИИ КОМПАНИИ



- заголовки разделов и подразделов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая;
- заголовки от текста отделяют сверху тремя интервалами, снизу – двумя интервалами,

Например,

1.1. HR-брендинг и его роль в компании

- если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой;
- переносы слов в заголовках не допускаются;
- разделы и подразделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста;
- нумеровать следует арабскими цифрами;
- после номера раздела и подраздела в тексте точку не ставят.

9.4. Персоналии

Все персоналии в тексте упоминаются с инициалами перед фамилией,

Например,

«Как отмечал Бодрийяр Ж...».

Если упоминание персоналий идет в скобках в виде перечисления, то инициалы пишутся после фамилии:

Дмитриева Л.М., Николайшвили Г., Старых Н.В., Ученого В.В. и др.

Перечисление персоналий приводится либо в алфавитном порядке, либо в историческом; зарубежные и отечественные исследователи обычно перечисляются отдельно.

9.5. Переносы

Правила переносов. Нельзя производить следующие действия:



- разбивать переносом аббревиатуры;
- отрывать фамилии от инициалов и инициалы друг от друга (между ними ставят неразрывный пробел);
- размещать в разных строках числа и их наименования;
- оставлять в конце строки открывающиеся кавычки или открывающуюся скобку;
- размещать в разных строках численные значения величин и их размерности;
- разделять сокращённые выражения (*и т. д., и др., т. е., и т. п.*).

Допускается разделение переносом чисел, соединённых знаком тире, причём тире должно остаться в верхней строке.

9.6. Правила набора знаков

Знаки препинания (точка, запятая, двоеточие, точка с запятой, многоточие, восклицательный и вопросительный знаки) от предшествующих слов пробелом не отделяют, а от последующих отделяют одним пробелом.

Дефис (-) от предшествующих и последующих элементов не отделяют.

Тире (–) от предшествующих и последующих элементов отделяют обязательно.

Кавычки и скобки не отбивают от заключённых в них элементов. Знаки препинания от кавычек и скобок не отбивают.

Знак № применяют только с относящимися к нему числами, между ними ставят неразрывный пробел.

Знаки сноски (звёздочки или цифры) в основном тексте печатают без пробела, а от текста сноски отделяют одним пробелом,

Например,



слово¹, ¹ Слово.

Сноски печатаются на тех страницах, к которым относятся, и имеют постраничную нумерацию. Печатание сносок в конце работы с общей порядковой их нумерацией не допускается.

Знаки процента и промилле от чисел отделяют одним неразрывным пробелом.

Для обозначения диапазона значений употребляют один из способов: многоточие (20...30), тире (20–30), либо предлоги (*от 20 до 30*). Во всём документе следует придерживаться принципа единообразия.

Сложные существительные и прилагательные с числами в их составе рекомендуется писать в буквенно-цифровой форме

Например,

150-летие, 30-градусный, 25-процентный.

Стандартной формой написания дат является следующая: *20.03.93 г.*

Возможны и другие как цифровые, так и словесно-цифровые формы,

Например,

20.03.1993 г., 22 марта 1993 г., 1 сент. 1999 г.

Все виды некалендарных лет (бюджетный, отчётный, учебный годы), т. е. начинающиеся в одном году, а заканчивающиеся в другом, пишут через косую черту,

Например,

в 1993/94 учебном году. Отчётный 1993/1994 год.

Сокращения. Используемые сокращения должны соответствовать правилам грамматики, а также требованиям, установленным ГОСТ 2.316–68 и ГОСТ 7.12–93 для сокращений, общепринятых в русском языке, таких как:

– сокращения, употребляемые самостоятельно: *и др., и пр., и т. д., и т.п.;*



– употребляемые только при именах и фамилиях: *им., акад., д-р., доц., канд. физ.-мат. наук, ген., чл.-кор.*

Например,

доц. Петров А. Е.

– употребляемые при ссылках, в сочетании с цифрами или буквами: *гл. 5, п. 10, подп. 2а, разд. А, с. 54–598, рис. 8.1, т. 2, табл.10–12, ч.1* и пр.

Используемые сокращения поясняют в скобках после первого их употребления в тексте работы,

Например,

...заканчивается этап составлением тактико-технического задания (ТТЗ).

Однотипные слова и словосочетания везде должны либо сокращаться, либо нет,

Например,

в 1919 году и XX веке или в 1919 г. и XX в.; и другие, то есть или и др., т.е.

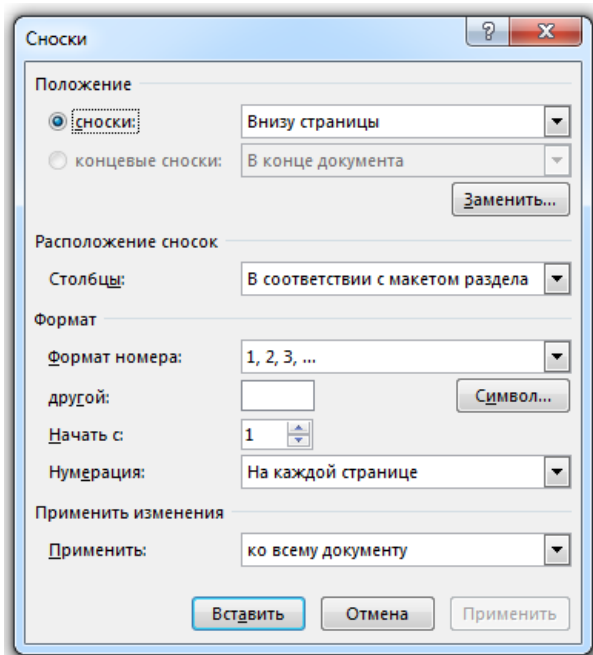
9.7. Правила оформления библиографических ссылок (сноски)

Справочно-библиографическая ссылка – совокупность библиографических сведений о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте работы том или ином документе (его составной части или группе документов), необходимых для его общей характеристики, идентификации и поиска.

Сноски в ВКР оформляются на каждой странице в виде подстрочных ссылок, цифрами. Сноски печатаются 10 кеглем, прописным шрифтом. Нумерация сносок на каждой странице начинается с номера 1.

Например,

¹ Мансуров Р. А. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала СПб.: БХВ-Петербург, 2011. [Электронный ресурс] URL: <http://www.bookland.com/download/1/10/107956/sample.pdf>



При оформлении таких ссылок допускаются некоторые отклонения от общих правил библиографического описания источников.

При включении элементов описания в основной текст соблюдаются правила оформления текста, а не библиографического описания, в частности, при употреблении кавычек (основное

заглавие, заглавие сериальных изданий пишут в кавычках), при расположении инициалов или имен (они предшествуют фамилиям авторов, а не следуют за ними).

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому изданию или иному источнику, то ссылку следует начинать словами «*Цит. по: ...*», либо «*Цит. по кн.: ...*», или «*Цит. по ст.: ...*».

Например,

¹ Цит. по: Бендриков К. Е. Очерки по истории народного образования в Туркестане (1865–1924 гг.). М., 1960. С. 116.

Когда текст, к которому относится ссылка, не цитируется, а лишь упоминается, то пользуются начальными словами «См.», «См. об этом».

Когда надо подчеркнуть, что источник, на который делается ссылка, – лишь один из многих, где подтверждается, или высказывается, или иллюстрируется положение основного текста, то в таких случаях используют слова «См., например, ...», «См., в частности, ...».

Например,

¹ См., например, Назаров М. М., Папантиму М. А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2016. С. 184.



Когда нужно показать, что ссылка представляет дополнительную литературу (информацию), указать следует «*См. также: ...*».

По месту расположения относительно основного текста ВКР библиографические ссылки разделяются на:

- внутритекстовые, т.е. являются частью основного текста;
- подстрочные, т.е. вынесенные из текста вниз страницы;
- затекстовые ссылки.

Внутритекстовые ссылки используются, когда значительная часть ссылок вошла в основной текст ВКР неразрывно. Изъять ее из текста невозможно, не заменив этот текст другим. В этом случае в скобках указываются лишь выходные данные и номер страницы, на которой напечатано цитируемое место, или только выходные данные (если номер страницы указан в тексте), или только номер страницы (если ссылка повторная).

Например,

Сделки, совершенные с целью, заведомо противной основам правопорядка и нравственности (Гражданский кодекс РФ, ст. 169).

Ссылка на цитату:

(Мунин А.Н. Деловое общение: курс лекций. М.: Флинта, 2008. С.50)

Ссылка на статью из периодического издания

(Прохорова, Н.А. Социально-экономические условия развития рекламы Кыргызстана в 90-е гг. // Вестник КРСУ. – Бишкек, 2016. – Т. 16. – № 4. – С. 28-31).

Повторную ссылку на один и тот же документ или его часть приводят в сокращенной форме при условии, что все необходимые библиографические сведения для поиска этого документа указаны в первичной ссылке:

первичная ссылка:

(Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб.: Питер принт, 2003.)

вторичная ссылка:

(Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. С. 25)



При последовательном расположении первичной и повторной ссылок текст повторной ссылки заменяют словами «Там же»:

первичная ссылка:

(Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб.: Питер принт, 2003)

вторичная ссылка:

(Там же)

В повторной ссылке на другую страницу к словам «Там же» добавляют номер страницы:

первичная ссылка:

(Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб.: Питер принт, 2003. С. 67)

вторичная ссылка:

(Там же. С. 67)

Подстрочные библиографические ссылки оформляют как примечания, вынесенные из текста вниз страницы:

в тексте:

«А. И. Чумиков и М. П. Бочаров в своей работе «Связи с общественностью: теория и практика»¹ говорят...

в ссылке:

¹ Чумиков А.И., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: уч. пос. М.: Менеджмент, 2006. С. 24.

Ссылка на статью из периодического издания

При наличии в тексте библиографических сведений о статье допускается в подстрочной ссылке указывать только сведения об источнике ее публикации:

в тексте:

Н. А. Прохорова Н.А. в своей статье «Социально-экономические условия развития рекламы Кыргызстана в 90-е гг.»¹ указывает...

в ссылке:

¹ Прохорова Н.А. Социально-экономические условия развития рекламы Кыргызстана в 90-е гг. // Вестник КРСУ. Бишкек, 2016. Т. 16. № 4. С. 28-31.



Ссылка на электронные ресурсы

При наличии в тексте библиографических сведений об электронной публикации допускается в подстрочной ссылке указывать только ее электронный адрес:

в тексте:

Официальные периодические издания: электрон. путеводитель⁴.

в ссылке:

⁴ URL: <http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html>

ИЛИ

3 «Третья волна» феминизма [Электронный ресурс] URL: <https://studfiles.net/preview/5765314/page:4/> (дата обращения 23.02.2018)

Затекстовые библиографические ссылки подразумевают сплошную нумерацию цитат с указанием страницы источника, из которого эта цитата берется. При этом ссылка на источник оформляется после цитаты следующим образом: [24. С. 52] или [24, с. 52], где 24 означает порядковый номер цитируемого произведения (под этим номером следует искать источник в списке использованной литературы), С. 52 – страницу, на которой расположена цитата в источнике. Ссылки на интернет-источники даются в виде номера в списке использованных ресурсов, например : [47].

в тексте:

В 2005 году А. Н. Мудров своей работе «Основы рекламы» отмечал...¹

в затекстовой ссылке:

¹ Мудров А.Н. Основы рекламы: учебник. 2-е изд. перераб. и доп. М.: Экономистъ, 2005. 318 с. : ил., табл.

Если перечень затекстовых ссылок пронумерован, то для связи с текстом диссертации номер ссылки указывают в верхней части шрифта:

в тексте:

Данные этого исследования приведены в работе Бодрийера Ж.¹

в ссылке:

¹ Бодрийер Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000. 23 с.



или в отсылке, которую приводят в квадратных скобках в строку с текстом диссертации:

в тексте:

данные этого исследования приведены в работе Савельевой О. О. [54]

в ссылке:

54. Савельева О. О. Социология рекламного воздействия : дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.08 / Савельева Ольга Олеговна. М., 2006. – 391 с.

Если ссылку приводят на конкретный фрагмент текста, в отсылке указывают порядковый номер и страницы, на которые осуществляется ссылка:

в тексте:

[10, с. 401-407]

в затекстовой ссылке:

10. Петров М. С. Гендерные образы и стереотипы современной российской рекламы // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2010. № 124. С. 401-407.

Если перечень затекстовых ссылок не пронумерован, в тексте исследования в квадратных скобках указывают фамилии авторов или название документа:

в тексте:

Этот вопрос рассматривался некоторыми авторами [Петров М. С.]

в затекстовой ссылке:

Михайлов С.А., Теплякова С.А. Периодическая печать Норвегии. СПб., 2001. 205 с.

Подстрочные ссылки на источники используют в тексте ВКР, когда ссылки нужны по ходу чтения, а внутри текста их разместить невозможно или нежелательно, чтобы не усложнять чтение и не затруднять поиск при наведении справок.

В тех случаях, когда студент-выпускник приводит ссылки в конце каждой страницы своей работы в виде подстрочных ссылок, для связи их с



текстом используются знаки сносок в виде цифры. **Знак сноски следует располагать в том месте текста, где по смыслу заканчивается мысль автора.**

При повторных ссылках полное описание источника дается только при первой сноске. В последующих сносках вместо заглавия приводят условное обозначение, например: «Указ. соч...». Если несколько ссылок на один и тот же источник приводятся на одной странице книги или статьи, то в сносках проставляют слова «Там же» и номер страницы, на которую делается ссылка.

Например,

¹ Там же. С. 62–63.

Первичная подстрочная ссылка включает в себя все обязательные элементы описания книги. Даже если часть элементов (фамилия автора, например) содержится в основном тексте, их рекомендуется повторять в ссылке. При этом **знак сноски ставится после цитаты, если поясняющий текст предшествует цитате или включен в ее середину.**

За содержание ВКР, правильность приведенных данных несет ответственность студент-выпускник, что удостоверяется личной подписью на титульном листе ВКР.

9.8. Оформление списка использованной литературы

Список использованной литературы (библиографические ссылки) обычно приводится в конце выпускной работы и является важной её частью. В него включаются все просмотренные и изученные студентом книги, статьи и другие материалы (в том числе и электронные), имеющие отношение к теме ВК работы.

Согласно ГОСТ Р 7.05–2008, библиографическая ссылка содержит



библиографические сведения о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документа другом документе (его составной части), необходимые или достаточные для его идентификации, поиска и общей характеристики.

Так как все большее значение приобретают электронные публикации, то ГОСТ Р 7.0.5–2008 устанавливает, что объектами ссылки могут быть «как электронные ресурсы в целом (электронные документы, базы данных, порталы, сайты, веб-страницы, форумы и т. д.), так и составные части электронных ресурсов (разделы и части электронных документов, порталов, сайтов, веб-страниц, публикации в электронных сериальных изданиях, сообщения на форумах и т. п.)».

Несмотря на то, что стандарт допускает ссылки на самые различные материалы, вплоть до сообщений на форумах сайтов, **в научной работе важна значимость, достоверность источника.**

Как правило, в научно-технических документах не ссылаются на газеты, журналы (если только это не специализированное научное издание), научно-популярную литературу. Правильно составленный и грамотно оформленный список свидетельствует о том, насколько автор знаком с литературой по теме исследования.

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке и пронумерован, где каждое описание должно начинаться с новой строки с абзацным отступом.

По тексту студент обязан делать сноски на используемые им литературные источники и нормативно-правовой материал. **Заимствование текста из чужих произведений без ссылки (т.е. плагиат) может быть основанием для не допуска работы к защите или ее снятия с защиты.**



9.9. Примеры ссылок на различные источники:

Книга одного автора

Игнатъев, Д. В. Настольная энциклопедия PR / Д. В. Игнатъева. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Бук, 2004. – 496 с.

Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: учебник / А. Г. Киселев. М. : Кнорус, 2009. – 432 с.

Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшенз для профессионалов: учебное пособие / Г. Г. Почепцов; 6-е изд., перераб. – Минск : Рефл-бук, Ваклер, 2005. – 328 с.

Книга двух авторов

Гордин, В. Э., Дедова, М. А. Исследование внешних эффектов культурных событий и методы их оценки : учебное пособие / В. Э. Гордин, М.А. Дедова. – М. : Государственный институт искусствознания, 2017. – 326 с.

Горшков, М. К., Шереги, Ф. Э. Прикладная социология: методология и методы : учебное пособие / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги. – М. : Альфа-М : ИНФА-М, 2009. – 416 с.

Гостенина, В. И., Киселев, А. Г. Социология массовой коммуникации : учебник / В. И. Гостенина, А. Г. Киселев. – 2-е изд., перераб. – М. : Альфа-М : ИНФА-М, 2016. – 336 с.

Книга трёх авторов

Анурин, В., Муромкина, И., Евтушенко, Е. Маркетинговые исследования потребительского рынка / В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евтушенко. – СПб : Питер, 2004. – 272 с.



О' Гуинн, Т. С., Аллен, Т. К., Семеник, Дж. Р. Реклама и продвижение бренда / О' Гуинн, Т. К. Аллен, Дж. Р. Семеник. – 3-е изд. – СПб : Нева, 2004. – 656 с.

Бернадская, С. Ю., Марочкина, С. С., Смотрова, Л. Ф. Основы рекламы : учебное пособие / С. Ю. Бернадская, С. С. Марочкина, Л. Ф. Смотрова; под ред. Л. М. Дмитриевой. – М. : Наука, 2005. – 281 с.

Книга четырёх авторов

Маркетинговые исследования в строительстве : учебное пособие для студентов / О. В. Михненко, И. З. Коготкова, Е. В. Генкин, Г. Я. Сороко. – М. : Государственный университет управления, 2005. – 59 с.

Данилина, В. В., Луканина, М. В., Минаева, Л. В., Салиева, Л. К. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / В. В. Данилина, М. В. Луканина и др.; под ред. Л. В. Минаевой. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : аспект Пресс, 2012. – 320 с.

Азгальдов, Г. Г., Бобков, В. Н., Ельмеев, В. Я., Перевощиков, Ю. С., Беляков, В. А. Квалиметрия жизни / Г. Г. Азгальдов, В. Н. Бобков, В. Я. Ельмеев, Ю. С. Перевощиков, В. А. Беляков. – М. : Изд-во Всероссийский центр уровня жизни; Ижевск: Издательство УдГУ, 2006. – 820 с.

Книга пяти и более авторов

Массовая культура : учебное пособие / К. З. Акопян, А. В., Захаров, С. Я. Кагарлицкая и др. – М. : Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. – 304 с.

Международные отношения : теории, конфликты, движения, организации / П. А. Цыганков, Г. А. Дробот, М. М. Лебедева, А. И. Слива и др.; под ред. П. А. Цыганкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Альфа-М; ИНФРА-М, 2012. – 336 с.

Рекламная деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т.



К. Серегина и др. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2003. – 364 с.

Ученова, В., Гринберг, Т., Конаныхин, К., Петрушко М., Шомова С.
Реклама : палитра жанров : учебное пособие для студентов / В. Ученова, Т. Гринберг, К. Конаныхин, М. Петрушко, С. Шомова. – М. : изд-во Гелла-Принт, 2004. – 248 с.

Книга с указанием редактора и составителя

Российское телевидение: индустрия и бизнес; под ред. В. П. Коломийца, И. А. Полуэхтовой. – М. : ООО «НИПКЦ Восход-А», 2010. – 303 с.

Русский язык в духовной жизни народа Кыргызстана: Государственные и общественные деятели, творческие работники, ученые, педагоги и журналисты о русском языке; отв. ред.-сост. : М. А. Рудов, Г. П. Шепелева. – Бишкек : КРСУ, 2002. – 144 с.

СМИ : предотвращение конфликтов и постконфликтное восстановление. UNESCO: пер. с англ. – М. : Права человека, 2006. – 124 с.

Книги, переведённые с иностранного языка

Дюркгейм, Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм: пер. с фр. – М. : Канон, 1995. – 352 с.

Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс : пер. с англ.; науч. ред. О. И. Шкаратан. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

Котлер, Ф. Стратегический маркетинг некоммерческих организаций / Ф. Котлер : пер. с англ. А. Курчакова. – 6-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 854 с.

Методические разработки преподавателей вуза



Основы интегрированных коммуникаций. Материалы к курсу / сост. Г. Д. Данильченко, Г. Д. Джунушалиева; отв. ред. Н. А. Прохорова. – Бишкек : КРСУ, 2014. – 36 с.

Прохорова, Н. А., Зайнулин, Р. Ш. Психология восприятия цвета в дизайне рекламы. Методическое пособие по курсу «Дизайн рекламного обращения» / Н. А. Прохорова, Р. Ш. Зайнулин. – Бишкек : КРСУ, 2014. – 62 с.

Разработка и технологии изготовления рекламной продукции. Рекламное видео (написание, оформление и защита курсовой работы) : учебно-методическое пособие для студентов 4 курса по направлению «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат) / Авт.-сост. И. В. Горина; отв. ред. Г. Д. Джунушалиева. – Бишкек : КРСУ, 2015. – 64 с.

Нормативные правовые акты

Конституция Российской Федерации : офиц. текст – М. : Маркетинг, 2001. – 39 с.

Семейный кодекс Российской Федерации : [федер. Закон: принят Гос. Думой 8 дек. 1995 г. : по состоянию на 3 янв. 2001 г.]. – СПб. : Стаун-кантри, 2001. – 94 с.

О рекламе : федер. Закон : принят Гос. Думой 14 июня 1995 г. № 108-ФЗ : в ред. от 21.07.2005 // Российская газета. – 2005. – 26 июля.

О рекламе : Закон Кыргызской Республики : в ред. от 21.2015 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://online.toktom.kg/new/7350-74>

Стандарты

ГОСТ 5669–96. Хлебобулочные изделия. Метод определения пористости. – Взамен ГОСТ 5669–51 ; введ. 01.08.97. – Минск : Изд-во стандартов, 1997. – 4 с.



СН 408–70. – Введ. 01.01.72. – М. : Изд-во стандартов, 1972. – 31 с.

ГОСТ Р 7.0.53–2007 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Международный стандартный книжный номер. Использование и издательское оформление. – М. : Стандартинформ, 2007. – 5 с.

Депонированные научные работы

Разумовский, В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев. – М., 2002. – 210 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, N 139876.

Статья из сборника

Маслова, В. А. Язык как этногенерирующий фактор / В. А. Маслова // Лингвистика XXI века : сборник научных статей: к 65-летию юбилею проф. В. А. Масловой; ред. : В. В. Колесов, ред. : М. В. Пименова, ред. : В. И. Теркулов; 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 944 с.

Никонов, В. А. Не воспоминание о прошлом, а мечта о будущем / В. А. Никонов // Смыслы и ценности Русского мира : сборник статей и материалы круглых столов, организованных фондом «Русский мир». – М., 2010. – С. 65-72.

Хлыпенко, Г. Н. Русская литература Кыргызстана как региональная единица отечественной литературы в образовательном процессе / Г. Н. Хлыпенко // Кыргызстан – Россия: вехи гуманитарного сотрудничества : материалы Международного симпозиума, посвященного 20-летию КРСУ им. Б. Н. Ельцина. – Бишкек, 2014. – С. 76-82.

Чаплина, А. П., Кошелева, И. В. К вопросу о концепции менеджмента в торговле / А. П. Чаплина, И. В. Кошелева // Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития : материалы регион. науч.-



практ. конф.; 22 апр. 2004 г. / Краснояр. гос. торг-экон. ин-т. – Красноярск, 2004. – Ч. 2. – С. 97–125.

Глава из книги

Айтматов, Ч. Т. Цена прозрения / Ч. Т. Айтматов // Айтматов Ч. Собр. соч. : в 7 т. – Т. 7. – М., 1998. – С. 148-155.

Маслова, В. А. Язык как этногенерирующий фактор / В. А. Маслова // Лингвистика XXI века : сборник научных статей: к 65-летию юбилею проф. В. А. Масловой; ред. : В. В. Колесов, ред. : М. В. Пименова, ред. : В. И. Теркулов; 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014. – С. 53-60.

Садовская, Е. Ю. Казахстан в Центральноазиатской миграционной подсистеме / Е. Ю. Садовская // Постсоветские трансформации: отражение в миграциях; под ред. Ж. А. Зайончковской, Г. С. Витковской. – М. : АдамантЪ, 2009. – С. 29-36.

Сервис в логистике // Гаджинский Г. М. Логистика : учебник / Г. М. Гаджинский. – 20-е изд. – М., 2012. – Гл. 14. – С. 275-290. – 484 с.

Статья из журнала

Арутюнова, М. А. Языковая политика и статус русского языка в СССР и государствах постсоветского пространства / М. А. Арутюнова // Вестник Московского университета. Серия 25. Международные отношения и мировая политика. – М., 2012. – № 1. – С. 18-24.

Калмыков, С. Б., Пашин, Н. П. Квалиметрия социальной рекламы здорового образа жизни / С. Б. Калмыков, Н. П. Пашин // Уровень жизни населения регионов России. – М., 2014. – № 2 (192). – С. 132-138.

Котюкова, Т. В. О переселенческой политике России в Туркестане в начале XX века / Т. В. Котюкова // Историческое пространство. Проблемы истории стран СНГ. – М. : Наука, 2010. – № 1. – С. 125-131.



Шипилов, А. В. Исторический опыт российско-кыргызских межкультурных коммуникаций / А. В. Шипилов // Вопросы истории Кыргызстана. – Бишкек, 2013. – № 3–4. – С. 148–154.

Статья из газеты

Денисенко, Е. Русская душа профессора Малдыбаева / Е. Денисенко // Вечерний Бишкек. – 2005. – 28 ноября.

Ким, Э., Темир, Э. Язык мой – враг твой? / Э. Ким, Э. Темир // Вечерний Бишкек. – 2006. – 16 мая. – С. 5-7

Панфилова, В. Русский язык как инструмент политики / В. Панфилова // Независимая газета. – 2005. – 12 декабря. – С. 2-3

Электронные ресурсы

Алёшина, И. В. Постиндустриальное общество и международные деловые коммуникации [Электронный ресурс] / И. В. Алёшина. – Режим доступа: <http://www.kennan.yar.ru/materials>

В г. Санкт-Петербург проходят Дни культуры Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bpost.kg/news>

Выступление В. В. Путина на Конгрессе соотечественников, проживающих за рубежом. 11–12 октября 2001 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nr2.ru>

Насырова, Г. А. Модели государственного регулирования страховой деятельности [Электронный ресурс] / Г. А. Насырова // Вестник Финансовой академии. – 2003. – № 4. – Режим доступа: [http://vestnik.fa.ru/4\(28\)2003/4.html](http://vestnik.fa.ru/4(28)2003/4.html).

Национальный статистический комитет Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stat.kg/ru>



Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электронный ресурс]. – М. : Большая Рос. энцикл., 1996. – 1 электрон, опт. диск (CD-ROM).

Диссертации

Вишняков, И. В. Модели и методы оценки коммерческих банков в условиях неопределенности : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / Вишняков Илья Владимирович. – М., 2002. – 234 с. – Библиогр. : с. 220–230. – 04200204433.

Джунушалиева, Г. Д. Культурная политика государства в Кыргызстане: этапы и пути реализации: вторая половина XIX в. – конец 30-х гг. XX в. : дис. ...канд. ист. наук: 07.00.02 / Джунушалиева Гульмира Дженишевна. – Бишкек, 2005. – 175 с.

Костина, О. В. Онтология коммуникации : дис. ...д-ра филос. наук : 09.00.01 / Костина Ольга Викторовна. – Саратов, 2005. – 310 с.

Холов, Х. К. Особенности национальной безопасности Республики Таджикистан в контексте вызовов и угроз современности : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Холов Хуршед Кодиркулович. – Душанбе, 2011. – 164 с.

Автореферат диссертации

Копылова, Т. Р. Языковая репрезентация научного концепта «коммуникация» в специализированном научном лингвистическом дискурсе : автореф. дис. ...канд. филол. наук : 10.02.19 / Копылова Татьяна Рудольфовна. – Ижевск, 2007. – 21 с.

Меркулова, А. П. Конституционно-правовые основы государственной политики Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом и ее реализация Федеральной миграционной службой: автореф. дис.



...канд. юрид. наук : 12.00.02 / Меркулова Александра Павловна. – М., 2012.
– 24 с.

Мухиддинов, И. Этнографические аспекты высокогорного земледелия Западного Памира и сопредельных областей (XIX – начало XX веков) : автореф. дис. ... д-ра. ист. наук : 07.00.07 / Мухиддинов Икромиддин. – М., 1984. – 47 с.

Патент

Пат. 2187888 Российская Федерация, МПК Н 04 В 1/38, Н 04 J 13/00. Приемопередающее устройство / В. И. Чугаева ; заявитель и патентообладатель Воронеж. науч. исслед. ин-т связи. – № 2000131736/09 ; заявл.18.12.00; опубл. 20.08.02, бюл. № 23 (II ч.). – 3 с. : ил.

Авторское свидетельство

А. с. 1007970 СССР, МКИ³ В 25 J 15/00. Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов / В. С. Ваулин, В. Г. Кемайкин (СССР). – № 3360585/25-08 ; заявл. 23.11.81 ; опубл. 30.03.83, бюл. № 12. – 2 с. : ил.

А. с. 1002506 РФ, МКИ³ В 15 С17/00. Устройство для определения напряжения / Б. И. Серов, В. П. Самойлов. – № 3550685/16-08 ; заявл. 10.10.01 ; опубл. 19.02.02, бюл. № 3. – 3 с.

Отчёты о научно-исследовательской работе

Методология и методы изучения военно-профессиональной направленности подростков: отчет о НИР / Загорюев А.Л. – Екатеринбург: Уральский институт практической психологии, 2008. – 102 с.

Формирование генетической структуры стада : отчет о НИР (промежуточ.) : 42–44 / Всерос. науч.-исслед. ин-т животноводства; рук.



Попов В. А. ; исполн.: Алешин Г. П. [и др.]. – М., 2001. – 75 с. – Библиогр. : с. 72–74. – № ГР 01840051145. – Инв. № 04534333943.

9.10. Нумерация страниц работы

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. **Номер страницы проставляют вверху в центре страницы без точки в конце.**

Титульный лист включают в общую нумерацию страниц работы, но **номер страницы на титульном листе не проставляют.**

Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных страницах, включают в общую нумерацию страниц работы.

9.11. Таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации

Таблицы. Цифровой материал должен оформляться в виде таблиц, которую следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. **На все таблицы должны быть ссылки в тексте.**

Например,

Таблица 18.

*Соотношение рекламного времени на ТВ и %
полученных на выборах голосов*

Объединение	Общее рекламное время на ТВ	% полученных голосов
«Наш дом — Россия»	7 ч 21 мин	9,69
Блок И. Рыбкина	7 ч 2 мин	1,12
ЛДПР	5 ч 16 мин	11,06
Конгресс Русских общин	2 ч 29 мин	4,29
«Мое Отечество»	1 ч 28 мин	0,72

Обычно таблица состоит из следующих элементов: порядкового номера, тематического заголовка, заголовков вертикальных граф. **Все**



таблицы в тексте нумеруются арабскими цифрами в пределах всего текста. Над правым верхним углом таблицы помещается надпись с номером (например, Таблица 4). Тематический заголовок располагают посередине страницы, пишут с прописной буквы, без точки на конце. Заголовки граф пишут с прописной буквы. Подчиненные заголовки могут писаться со строчной, если они грамматически связаны с главным заголовком.

Например,

Таблица 27

*Данные опроса модели населения Франции
(декабрь 1985 г., число опрошенных - 1000 чел.). Ответы на вопрос:
«Насколько вы доверяете следующим источникам информации..?»
(в % по строке)*

Источник информации	Доверие высоко	Доверие низко	Затруднились ответить
Радио (общенациональное)	57	32	11
Радио (местное)	54	24	22
Телевидение	49	41	10
Газеты	39	49	12
Реклама	28	63	9

Следует избегать вертикальной графы «Номер по порядку», в большинстве случаев не нужной. При переносе таблицы на другую страницу следует пронумеровать графы на следующей странице. Заголовок таблицы не повторяют.

Иллюстрации (рисунки, графики, схемы, диаграммы) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Возможно вынесение объемных схем или диаграмм в Приложение. **На все рисунки должны быть ссылки в тексте.** Между двумя соседними иллюстрациями должно быть не менее трех-четырёх строк текста. От нижнего края страницы рисунок должен отделяться несколькими строками текста.

Например,



Рисунки должны иметь название, которое помещают под ним. При необходимости под рисунком помещают поясняющие данные (подрисуночный текст).

Например,

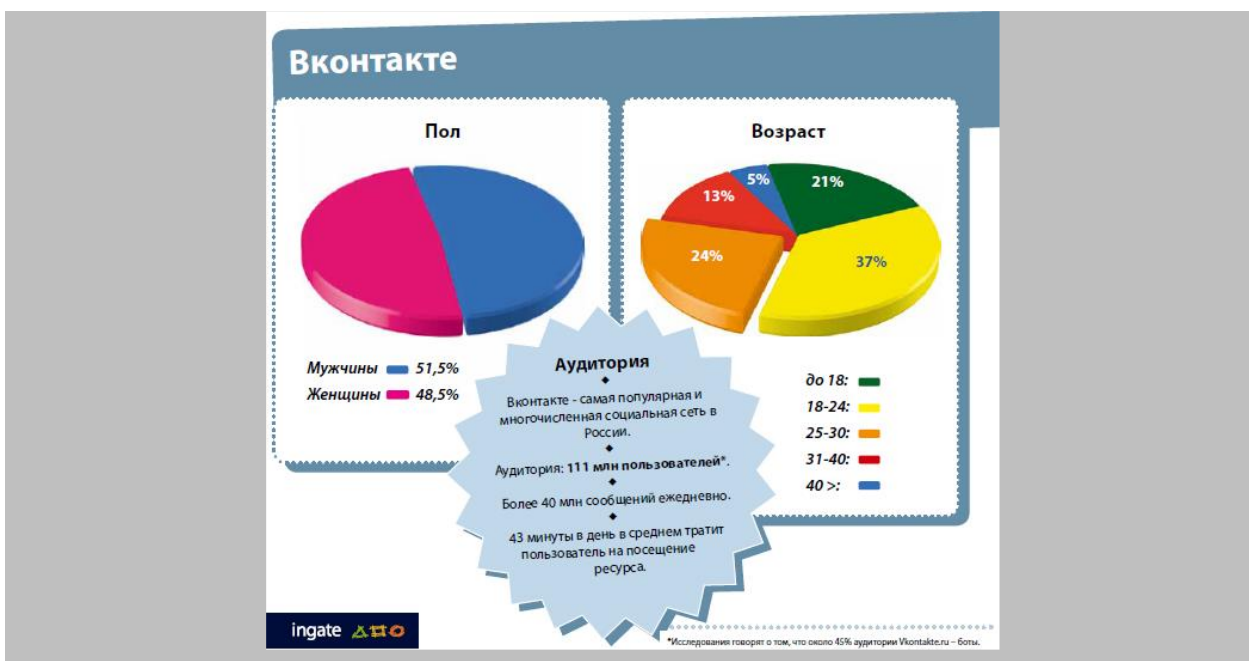


Рис. 1. Половозрастная картина аудитории социальной сети «ВКонтакте»²

Иллюстрацию следует выполнять на одной странице. Если иллюстрация не умещается на одной странице, можно переносить ее на

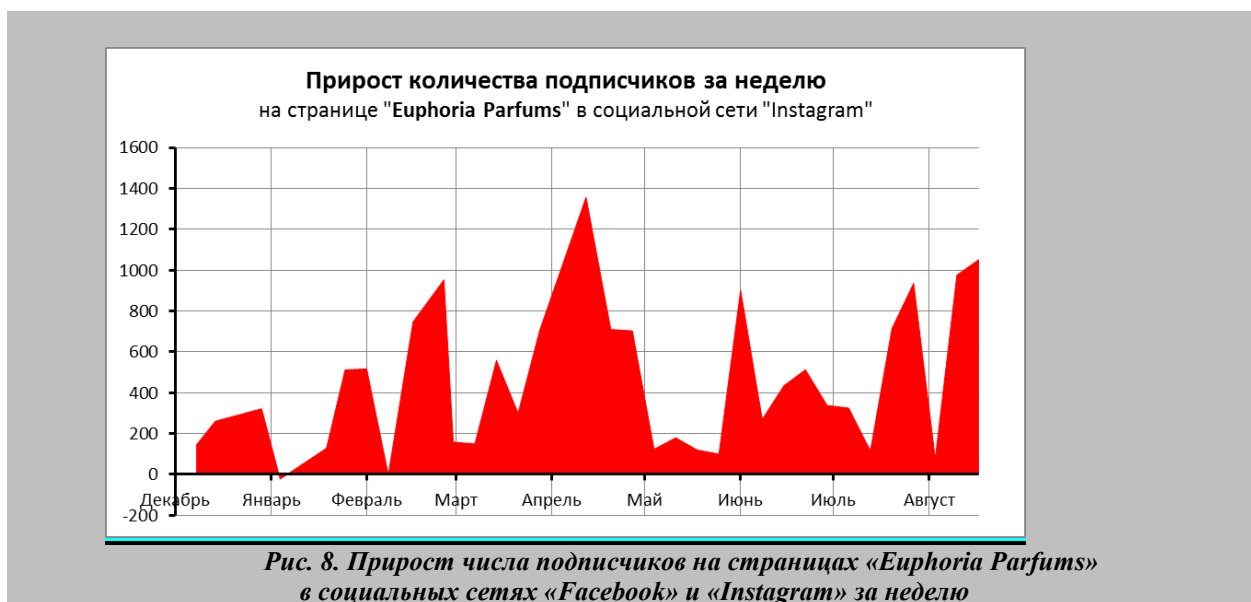
¹ URL: https://go.mail.ru/search_images?sbmt=1497643408470&fm=1&q=бред+питт (дата обращения 22.05.2017)

² SMM Study от Ingate. М.: Ingate, 2014. С. 38



другие страницы, при этом название иллюстрации помещают только на первой странице, поясняющие данные – к каждой странице и под ними указывают «Рис. ...».

Например,



Любые *графики, диаграммы или схемы* обозначаются словом «Рис.», которое помещают до поясняющих данных. **Название рисунка выделяется жирным. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всей работы.** Если в тексте только одна иллюстрация, то ее нумеровать не следует и слово «Рис.» под ней не пишут.

9.12. Электронный носитель ВКР

Помимо экземпляра работы на бумажном носителе, выпускник представляет идентичный по содержанию экземпляр на электронном носителе: DVD-диске.

Полный текст ВКР работы должен быть представлен на электронном носителе с отсканированным титульным листом (с подписями выпускника, научного руководителя и зав. кафедрой),



списком литературы, приложением и аннотациями в формате PDF и Word.

Если объем ВКР превышает емкость диска, то работа разбивается на отдельные файлы и помещаются в общую папку, которую упаковывают с помощью программ WinRaR или WinZip. В случае необходимости может быть использовано несколько дисков.

На DVD-диск размещается бумажная обложка с указанием фамилии, инициалов автора ВК работы, группы, года выполнения работы.

10. ПОРЯДОК ПРОВЕРКИ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ НА ОБЪЕМ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СИСТЕМЕ «АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ»

Для реализации Положения «О порядке проверки выпускных квалификационных работ на объем заимствований в системе «Антиплагиат.ВУЗ»:

1. Руководитель знакомится с результатами проверки всех поступивших к защите ВКР и несет ответственность за своевременную проверку этих работ.
2. Обучающийся обязан своевременно представить ВКР руководителю или ответственному НПП на выпускающей кафедре по проверке ВКР на объем заимствований для проверки системой «Антиплагиат.ВУЗ», в соответствии с индивидуальным графиком выполнения ВКР



3. Руководитель должен проанализировать отчет о проверке ВКР обучающегося на наличие объём заимствований и рекомендовать работу к публичной защите или вернуть работу на доработку.

4. Проверка ВКР происходит в системе «Антиплагиат.ВУЗ», при этом и обучающийся, и руководитель или ответственный НПП на выпускающей кафедре по проверке ВКР на объём заимствований должны получить результат проверки на руки.

5. Если результат проверки работы положительный, то ВКР допускается заведующим кафедрой к публичной защите, а сама работа вносится в базу данных ВКР ГОУ ВПО КРСУ (электронная библиотека).

6. Решение заведующего кафедрой о допуске/ недопуске выпускной квалификационной работы к публичной защите сообщается обучающемуся.

10.1. Нормы допустимых соотношений в ВКР

Показатель оригинальности текста	Порядок допуска ВКР к защите	Требования к отчету руководителя о проверке ВКР в системе «Антиплагиат.ВУЗ»
60 % и выше	Студент допускается к предварительной защите на кафедре и защите ВКР в ГЭК	Отчет без комментариев студента
От 50 % до 60 %	Студент допускается к предварительной защите с условием доработки. Студент на предварительной защите делает комментарии и доказывает правомерность	Отчет с комментариями студента подтверждающие правомерность заимствования



	<p>заимствований.</p> <p>Выпускающая кафедра принимает решение о допуске ВКР к защите в ГЭК.</p> <p>Решение о допуске принимается коллегиально с учетом отзыва руководителя ВКР</p>	
От 30 % до 49 %	<p>Студент не допускается к предварительной защите после проверки ВКР в Системе.</p> <p>Работа возвращается на доработку при сохранении ранее утвержденной темы ВКР.</p> <p>Устанавливаются сроки доработки для повторной проверки и допуск к предварительной защите не позднее, чем за 15 дней до работы ГЭК. Студент на предварительной защите делает комментарии и доказывает правомерность заимствований.</p> <p>Выпускающая кафедра принимает решение о допуске ВКР к защите в ГЭК.</p> <p>Решение о допуске принимается коллегиально с учетом отзыва руководителя ВКР</p>	<p>Отчет содержит доказательства неправомерные заимствования</p>



Менее 29 %	Руководитель ВКР предоставляет на выпускающую кафедру отчет о проверке работы в Системе. Кафедра принимает решение о готовности/ неготовности ВКР и возможности или невозможности допуска ВКР к защите в ГЭК. Возможен вариант, допуска, где окончательное решение принимает ГЭК	Отчет содержит доказательства неправомерные заимствования, доказывая отсутствие элементов самостоятельности при выполнении ВКР
------------	--	--

11. ПРОВЕРКА УНИКАЛЬНОСТИ ТЕКСТА

В КРСУ в качестве обязательного компонента требований к ВКР является проверка на наличие плагиата в работе (согласно «Положению о порядке проверки выпускных квалификационных работ на объем заимствований в системе «Антиплагиат.ВУЗ», утвержденном на заседании УМС КРСУ» (от 12 мая 2016 г., протокол № 6).

Официальной программой, используемой в КРСУ для проверки уникальности текстовых документов, на наличие заимствований, является Интернет-сервис «Антиплагиат» (<http://www.antiplagiat.ru/>).

Основное назначение системы «Антиплагиат» – определение степени самостоятельности автора при подготовке текста. В качестве основного



инструмента анализа документа в системе «Антиплагиат» предлагается полный отчет о проверке на заимствования.

Плагиат – это публикация под своим именем чужого произведения, а также в заимствование фрагментов чужих произведений без указания источника заимствования¹.

Однако, можно разрешить эту проблему указав источник заимствования. Ссылка на использование заимствованных из литературы данных, выводов, цитат, формул, таблиц и иллюстраций позволяет «обезопасить» себя и обозначить свою профессиональную компетентность.

Уникальность авторского текста – это величина, выраженная в процентах, которая определяется с помощью специальных алгоритмов поисковых систем. В то время как низкая уникальность авторского текста является большим содержанием в ВК работе фрагментов, которые частично или полностью совпадают с опубликованным ранее контентом в Интернете. Поэтому высокая уникальность текста исключает содержание совпадений с ранее опубликованными работами.



eTXT.RU

Кафедра реклама и связи с общественностью рекомендует установить на компьютер **бесплатную программу eTXT Антиплагиат, скачав с сайта <https://www.etxt.ru/antiplagiat/>.**

12. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ТЕКСТА ВЫСТУПЛЕНИЯ НА ЗАЩИТЕ

Успешная защита основана на хорошо подготовленном докладе и

¹ Плагиат с появлением Интернета превратился в серьёзную проблему. Попад в Интернет, знание становится достоянием всех, соблюдать авторские права становится всё труднее и даже невозможно. Постепенно все сложнее становится идентифицировать первоначального автора.



яркой убедительной презентации.

В докладе (рассчитанном на 12-15 минут) целесообразно отметить:

- что является предметом изучения;
- чем руководствовался автор работы при раскрытии темы;
- какие методы были использованы при изучении проблемы;
- какие результаты достигнуты в ходе исследования;
- каковы основные выводы и рекомендации по улучшению

продвижения товаров/ услуг или идей.

В докладе студент должен продемонстрировать личный вклад в разработку выбранной темы (такowymi считаются проведение конкретных исследований, разработка документов, выполнение практических работ и т. д.). В выступлении следует избегать личных местоимения «я», «мною» и т. п.

Более конкретно содержание доклада определяется студентом совместно с научным руководителем. По стилю доклад должен быть кратким, содержательным и точным. Приведенные ниже рекомендации помогут сделать выступление на защите максимально эффективным:

– ни в коем случае **не следует отклоняться от главной темы** выступления: именно она составляет название работы и должна проходить «красной нитью» через весь доклад; несмотря на то, что хочется рассказать о многом, и многое кажется действительно интересным, **следует отделить главное от второстепенного.**

– формулировки доклада должны быть **понятными, лаконичными и обоснованными:** следует избегать «заумных» терминов, длинных сложных предложений; в противном случае выступление и его отдельные положения могут быть поняты неоднозначно, что даст повод к дополнительным вопросам со стороны членов комиссии;

- полезно **определить пропорцию между теоретической и**



практической частью выступления: практика показывает, что рассказ о проведенном исследовании, его результатах и реальных предложениях воспринимается членами комиссии с гораздо большим интересом, нежели сухое перечисление давно известных теоретических положений;

– целесообразно письменно подготовить тезисы выступления, но **выступать на защите необходимо, не зачитывая текст**, а лишь время от времени «подглядывая» в него;

– настоятельно рекомендуется **наглядная презентация работы** на кафедре принято применение мультимедийного проектора (слайдов, число до 15) и (или) раздаточного материала; это не только экономит время выступающего, но и концентрирует внимание слушателей на наиболее важных моментах.

При подготовке слайдов в POWER POINT настоятельно рекомендуется светлый фон слайда и размер шрифта не менее 24.

– **не надо злоупотреблять цифрами**: их должно быть ровно столько, сколько потребуется для точного описания сути решаемой проблемы; следует помнить, что перегруженность речи цифрами может запутать не только слушателей, но и самого студента;

– **крайне полезно использовать в презентации графики и диаграммы**, наглядно представляющие суть и динамику решаемой управленческой проблемы, а также результаты практического исследования, проведенного студентом;

– **не следует выносить на слайды и раздаточные материалы непроверенные и неточные цифровые данные, не в полной степени усвоенные термины и положения**: в этом случае демонстрационный материал вместо помощи докладчику может спровоцировать такие вопросы членов комиссии, которые могут просто «завалить» студента;



- **не следует заострять внимание** на общеизвестных фактах и положениях, которые не вызовут интереса членов комиссии и не улучшат восприятия выступления;
- при использовании слайдов и плакатов **не следует подробно описывать их содержание** – достаточно выделить ключевой момент слайда; если у членов комиссии возникнут вопросы относительно того или иного момента наглядного материала, на них можно будет ответить по завершении основного доклада;
- крайне **важен внешний вид студента** (имеет в виду деловая форма одежды – ведь речь идет о защите научной работы студента) и его *психологический настрой и поведение*: несмотря на оправданное волнение, следует вести себя спокойно, уверенно (но не самоуверенно), убедительно;
- полезно **использование таких психологических приемов презентации**, как «неожиданность», «юмор», «драматизация», а иногда (в случае абсолютно уверенного владения материалом) и «провокация».

12.1. Структура выступления

Раздел выступления	Продолжительность (мин)	Кол-во слайдов презентации (шт.)
ВВЕДЕНИЕ (обоснование темы исследования – актуальность, объект, предмет исследования, цель, задачи, методы и т.д.)	3,5	10
Краткое содержание работы (выводы по главам)	2,5 – 3	Не менее одного на каждую главу
Результаты опытно-	6 – 8	По необходимости,



экспериментальной работы (последовательно раскрывает логику проведенного исследования, характеризует каждую главу, при этом особое внимание обращается на готовые результаты, отмечаются также критические сопоставления и оценки)		но не мене, чем 1 слайд в минуту
ЗАКЛЮЧЕНИЕ (основные выводы, дальнейшие перспективы разработки проблемы)	1,5	1-3
ИТОГО:	10 – 12	15 – 25

13. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Защита ВКР осуществляется по согласованию с председателями государственной экзаменационной комиссии (ГЭК) по утвержденному графику учебного процесса.

Расписание государственных аттестационных испытаний утверждается проректором по учебной работе и доводится до всех членов комиссий и выпускников не позднее, чем за 30 дней до первого государственного аттестационного испытания).

Защита начинается с представления студентом темы ВКР и доклада по ней. Для изложения доклада студенту-выпускнику отводится от 12 до 15 минут. Излагать основное содержание своей работы рекомендуется свободно и не читая с листа.



После завершения доклада члены Государственной экзаменационной комиссии задают студенту вопросы, связанные с темой ВКР. При ответах на вопросы студент имеет право пользоваться текстом своей работы.

После ответов студента на вопросы научный руководитель дает свою оценку выпускной квалификационной работы, которая отражена в отзыве. Если руководитель отсутствует, его отзыв зачитывает секретарь ГЭК.

К защите допускаются только те выпускные работы, которые прошли проверку в программе Антиплагиат на кафедре и процент уникальности, которых не ниже 60%.

14. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Решения ГЭК по защите ВК работ принимаются на закрытом заседании большинством голосов членов комиссии, и оформляются протоколами защиты ВКР на каждого выпускника.

Работа оценивается исходя из:

- отзыва руководителя ВКР;
- оценках членов ГЭК за содержание работы;
- защиту (включая доклад, качества презентации MS PowerPoint, ответы на вопросы и замечания членов комиссии).

При равном числе голосов голос председателя ГЭК является решающим.

При выставлении оценок за текст выпускной квалификационной работы учитывается:



- объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме;
- логика структуры и стиль изложения текста;
- собственный анализ и собственные выводы в тексте работы;
- наличие и качество ссылок и сносок (ссылки на источники должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008).

При выставлении оценок за устное выступление и презентацию учитываются:

- качество подготовленной презентации в MS PowerPoint: оформление, информативность, структура, логика;
- умение студента в устной форме в течение установленного времени обосновать те или иные предположения и представить выводы;
- уровень ответа на вопросы комиссии.

– ***оценка «отлично»*** – работа носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную теоретическую главу, критический разбор практической деятельности, продемонстрировал свободное владение материалом исследования с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, даны полные ответы на поставленные вопросы. Имеет положительный отзыв научного руководителя.

Показал глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения, во время доклада использовал наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т.п.), раздаточный материал, легко отвечал на поставленные вопросы.

– ***оценка «хорошо»*** – работа носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную теоретическую главу, представлены достаточно



подробный анализ и критический разбор практической деятельности, последовательное изложение материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями. Имеет положительный отзыв научного руководителя.

При защите показал знание вопросов темы, оперирует данными исследования, во время доклада использовал наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т.п.), раздаточный материал, без особых затруднений отвечал на поставленные вопросы.

– *оценка «удовлетворительно»* – работа носит исследовательский характер, имеет теоретическую главу, базируется на практическом материале, но имеет поверхностный анализ и недостаточно критический разбор, в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения. В отзыве научного руководителя имеются замечания по содержанию работы и методике анализа.

При защите проявил неуверенность, показал слабое знание вопросов темы, не всегда дает исчерпывающие аргументированные ответы на заданные вопросы.

– *оценка «неудовлетворительно»* – работа не носит исследовательского характера, не имеет анализа, не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях кафедры. В работе нет выводов либо они носят декларативный характер. В отзывах научного руководителя имеются критические замечания.

При защите затрудняется отвечать на поставленные вопросы по ее теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки. К защите не подготовлены наглядные пособия и раздаточный материал.



15. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ НАПИСАНИИ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

- Содержание работы не отвечает плану ВК работы и не раскрывает тему полностью.
- Формулировка глав (разделов / подразделов) сделана неудачно и не отражает реальную проблемную ситуацию, состояние объекта.
- Цель исследования не связана с проблемой, сформулирована абстрактно и не отражает специфику объекта и предмета исследования.
- Несоответствие содержания и формы, т.е. несовпадение основного текста и выводов как по главам, так и в целом по работе.
- Работа выполнена несамостоятельно.
- Не сделан глубокий и всесторонний анализ современных официальных и нормативных документов, новой специальной литературы по теме исследования.
- Аналитический обзор отечественных и зарубежных публикаций по теме работы имеет форму аннотированного списка и не отражает уровня исследования проблемы.
- Отсутствие собственных оценок, мыслей для восприятия.
- Не раскрыты содержание и организация экспериментального исследования.
- Отсутствие аргументированных выводов, обоснованных рекомендаций и предложений или конечный результат не отвечает цели исследования, выводы не отвечают поставленной задаче.
- Отсутствие ссылок на первоисточники (исследования) ученых, практиков и другие цитируемые источники; нет ссылок на те работы, из которых заимствован материал.



- Стиль изложения в исследовании разговорный.
- Библиографическое описание источников в списке использованной литературы приведено произвольно, без соблюдения требований государственного стандарта.
- Объем и оформление работы не отвечают требованиям, работа выполнена неаккуратно, с ошибками.

16. АПЕЛЛЯЦИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Апелляция по результатам защиты выпускной квалификационной работой не допускается. Передача положительных оценок с целью их повышения не допускается.

Результат данного государственного аттестационного испытания может быть признан председателем ГЭК недействительным в случае нарушения процедуры защиты ВКР.

Выпускник, не прошедший защиту ВКР или получивший оценку «неудовлетворительно», отчисляется из университета и ему выдается академическая справка.

Такой выпускник вправе пройти итоговую государственную аттестацию повторно, но не ранее чем через три месяца и не позднее чем через пять лет после прохождения итоговой государственной аттестации впервые.



17. ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ КАФЕДРЫ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

д.ист.н., проф. Джунушалиева Г.Д.

1. PR-технологии в формировании имиджа (на примере политического лидера, политической партии, общественного движения)
2. Политическое лоббирование в PR-деятельности: сущность, проблемы, используемые технологии
3. Пресс-служба и современные рекламные стратегии: их взаимосвязь, тенденции и перспективы развития
4. Пресс-служба политической партии и СМИ: технологии взаимодействия и перспективы развития
5. Связи с общественностью в политической сфере: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере ...)
6. Служба связей с общественностью как технология коммуникационного обеспечения деятельности организации (на примере ...)
7. СМИ и их роль в имидже политической партии (на примере ...)
8. Социальные PR-проекты: особенности разработки и реализации (на примере ...)
9. Технологии использования PR-методов в политической сфере (на примере ...)
10. Формирование имиджа в PR-деятельности (на примере ...)

д.ист.н., проф. Данильченко Г.Д.



1. Бренд «Славянский университет» в системе высшего образования Кыргызстана.
2. Брендная линия одежды в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Имена собственные в современной рекламе России и Кыргызстана
4. Интегрированные коммуникации в продвижении русского языка в школах Кыргызстана.
5. Мотивы престижа в интегрированных рекламных коммуникациях (на примере парфюмерно-косметических товаров)
6. Проблемы журнальной рекламы в специализированных изданиях
7. Реклама пищевых продуктов в СМИ советского периода
8. Рекламная кампания сети брендовой одежды «Brends Outlet»
9. Специфика продвижения национального стиля одежды на рынке Кыргызстана
10. Специфика рекламных текстов в продвижении шоколада
11. Специфика рекламы малого предприятия по изготовлению и продаже кондитерских изделий.
12. Специфика рекламы товаров народного потребления в СМИ СССР.
13. Специфика товаров книжных товаров на примере сети магазинов «Раритет»
14. Стратегия продвижения личного аккаунта в Instagram
15. Утилитарные мотивы в рекламе бытовой техники

д.полит.н.н., проф. Кангельдиев А.Н.

1. Гендерные аспекты в политической коммуникации



2. Игровые техники в современной рекламной деятельности (на примере VTL-акций ...)
3. Коммуникационные технологии в сфере образования (на примере ...)
4. Особенности политической рекламы в пропаганде и манипулировании общественным мнением (на примере ...)
5. Пропаганда – средство политической манипуляции (на примере ...)
6. Пропаганда и политическое лидерство как средство политической стратегии воздействия на избирателя
7. Роль опросов общественного мнения в политической коммуникации (на примере ...)
8. Специфика организации внешнекорпоративной деятельности (на примере ...)
9. Специфика организации внутрикорпоративной деятельности (на примере ...)
10. Формирование общественного мнения посредством политической рекламы (на примере ...)

д.ист.н., проф. Прохорова Н.А.

1. Визуальная социальная реклама для детей дошкольного возраста. Разработка плаката по социальной рекламе для детей.
2. Визуальная социальная реклама против насилия в семье. Разработка плаката по социальной рекламе
3. Визуальные приемы привлечения в рекламе на рынке Кыргызстана.
4. Граффити в современной уличной рекламе (на примере ...)
5. Проблемы мерчандайзинга в Кыргызстане



6. Разработка POS материалов "HOREGA" на примере отеля "Горы Азии"
7. Разработка POS материалов "RETAIL" для магазина детских товаров
8. Ребрендинг фирменного стиля партии "Ар Намыс"
9. Редизайн фирменного стиля изобразительного музея им. Айтиева.
10. Специфика использования в визуальной рекламе мужского образа.
11. Специфика рекламы на транспорте в Кыргызстане
12. Товарный знак и его влияние на продвижение (позиционирование) товара на рынке.
13. Франчайзинг в Кыргызстане (на примере ...)
14. Цвет в рекламном дизайне.
15. Шрифтовые плакаты в визуальной рекламе и их влияние на потребителя

к.и.н., доц. Горина И.В.

1. PR-технологии в продвижении территории (на примере «Игр кочевников»)
2. Визуальные образы в детской рекламе (на примере ...)
3. Визуальные образы в рекламных сообщениях (на примере ...)
4. Идеологические мифы как фактор манипулирования сознанием
5. Инфографика – средство визуальной коммуникации в рекламе (на примере ...)
6. Информационные мифы как продукт пропаганды (на примере ...)
7. Мультимедийные технологии как средство рекламы (на примере ...)



8. Особенности технологии производства видеорекламы
9. Роль географического фактора в технологии создания и размещения наружной рекламы
10. Роль тестемонии в формировании рекламных стереотипов
11. Социальная реклама как средство формирования положительных стереотипов поведения
12. Сувенирная продукция – элемент имиджевой рекламы (на примере ...)
13. Сувенирная продукция в системе фирменного стиля (на примере ...)
14. Трансмаскулинность образа женщины в рекламе спортивных товаров
15. Формирование общественного мнения посредством социальной рекламы (на примере ...)

к.и.н., доц. Зайнулин Р.Ш.

1. HR-бренд: методы создания и продвижения (на примере ...)
1. Брендинг в рекламных коммуникациях Кыргызстана (на примере ...)
2. Брендинг: взаимоотношение бренда с потребителем (на примере ...)
3. Дигитал-технологии в современной рекламе (на примере ...)
4. Информационный технологии в рекламе (на примере ...)
5. Маркетинговые исследования в рекламной коммуникации (на примере ...)
6. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе (на примере ...)



2. Нейминг, как процесс создания уникального названия для торговой марки (на примере ...)
7. Нейро-лингвистическое программирование в маркетинговых коммуникациях (на примере ...)
8. Нейро-лингвистическое программирование в рекламе (на примере ...)
9. Новые информационно-коммуникационные технологии в современной рекламной индустрии (на примере ...)
10. Разработка и продвижение торговой марки (на примере ...)
11. Роль качественных маркетинговых исследований в принятии бизнес решений (на примере ...)
12. Технологии ребрендинга (на примере ...)

преп. Гребеницкова Е.А.

1. Digital-коммуникации в продвижении организации (на примере ...)
2. Лингвостилистические особенности рекламных текстов и проблемы их перевода
3. Организация и проведение рекламной кампании (на примере ...)
4. Особенности печатного рекламного текста
5. Особенности текста в рекламе на радио
6. Продвижение торгового центра в сети интернет (на примере ...)
7. Рекламный заголовок в современной печатной рекламе.
8. Специфика проведения ивент-мероприятий (на примере ...)
9. Специфика сленга и нестандартных вербальных форм в рекламе (по сегментам аудитории, товарам и услугам, соответствие закону «О Рекламе»)



10. Стилистическая зависимость рекламных текстов от рекламоносителя
11. Структурно-семантические особенности рекламного текста.
12. Управление творческим отделом (на примере ...)
13. Факторы коммуникативных неудач на материале печатных рекламных текстов
14. Функционально-стилевой статус рекламного текста
15. Экспрессивный синтаксис в рекламных текстах (на примере ...)

преп. Палагута Е.В.

1. Анализ деятельности и разработка стратегии Digital-рекламы (на примере ...)
2. Анализ маркетинговой деятельности и разработка рекламных стратегий (на примере ...)
3. Разработка маркетинговых мероприятий для продвижения на рынок Кыргызстана компании (на примере ...)
4. Ремаркетинг как инструмент повышения конверсии вебсайта
5. Стратегии проведения event мероприятий компании (на примере ...)
6. Стратегия формирования имиджевой рекламы для интернет блога



ПРИЛОЖЕНИЕ 1

*Образец написания заявления на утверждение темы ВК работы и
научного руководителя*

Зав. кафедрой реклама и связи с общественностью
гуманитарного факультета КРСУ
Джунушалиевой Г.Д.

студентки гр. ГР-1-14
Метелёвой Анастасии Сергеевны

заявление.

Прошу утвердить тему моей выпускной квалификационной работы «Организация и проведение HR-мероприятий на примере ОсОО «Кондитерский дом «Куликовский» и назначить руководителем кандидата исторических наук, доцента кафедры реклама и связи с общественностью Горину Ирину Владимировну.

Подпись дипломницы

Дата написания заявления

*Не возражаю
(подпись научного руководителя)*



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
КЫРГЫЗСКО-РОССИЙСКИЙ СЛАВЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Гуманитарный факультет
Кафедра рекламы и связи с общественностью**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА НА ТЕМУ:

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ HR-МЕРОПРИЯТИЙ
НА ПРИМЕРЕ ОсОО «КОНДИТЕРСКИЙ ДОМ «КУЛИКОВСКИЙ»**

**Выполнил студент группы
ГР-1-14
Метелёва Анастасия Сергеевна**

(подпись)

**Руководитель
кандидат ист. наук, доц.
Горина Ирина Владимировна**

(подпись)

**Работа к защите допущена:
Заведующий кафедрой,
доктор ист. наук, проф.
Джунушалиева Гульмира Дженишевна**

(подпись)

БИШКЕК 2018



ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ3
ГЛАВА 1. HR-БРЕНДИНГ В РАЗВИТИИ КОМПАНИИ8
1.1. HR-брендинг и его роль в компании8
1.2. Роль тимбилдинга в развитии HR22
ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ HR-МЕРОПРИЯТИЙ В КОНДИТЕРСКОМ ДОМЕ «КУЛИКОВСКИЙ»38
2.1. Организация и проведение тимбилдинговых мероприятий38
2.2. HR-брендинг и его эффективность54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ69
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ71
ПРИЛОЖЕНИЕ77



АННОТАЦИЯ

Ключевые слова: командообразование, тимбилдинг, HR-мероприятия, HR-брендинг, Кыргызстан, ОсОО «Кондитерский дом «Куликовский».

Выпускная квалификационная работа насчитывает 76 с., 1 таблицу, 51 источник.

Целью работы является исследование внутренней работы компании над HR-брендом, рассмотрение роли тимбилдинга в становлении HR-структуры и аналитика общего состояния HR-структуры компании.

Объектом исследования выступает компания «Кондитерский дом «Куликовский»». Предметом – деятельность HR-структуры «Кондитерского дома «Куликовский», история ее зарождения и развития, а также деятельность, направленная на формирование HR-бренда на рынке.

В первой главе описывается роль HR-брендинга в компаниях на современном этапе развития рынка; раскрывается роль тимбилдинга в развитии HR-структуры.

Во второй главе представлена специфика организации и проведения тимбилдинговых мероприятий на примере «Кондитерского дома «Куликовский»; проанализирован HR-брендинг и его эффективность для компании «КДК».

В заключении представлены выводы исследования: налаженная HR-структура в компании положительно сказывается на работоспособности персонала, формируется положительное отношения и семьи, и знакомых сотрудников к бренду. Тимбилдинг, способствует выработке понятия «команда» в корпоративной культуре, взаимопониманию и налаженной коммуникации между сотрудниками, что в результате и приводит к экономическим выгодам для самого работодателя.



ОТЗЫВ

на выпускную квалификационную работу

студентки 4 курса очной формы обучения направления «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат) Кыргызско-Российского Славянского университета

гр. ГР-1-14 Метелёвой Анастасии Сергеевны

**«ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ HR-МЕРОПРИЯТИЙ
НА ПРИМЕРЕ ОсОО «КОНДИТЕРСКИЙ ДОМ «КУЛИКОВСКИЙ»**

Содержание отзыва:

- актуальность, теоретическая и практическая значимость темы исследования;
- соответствие содержания работы заданию (полное или неполное);
- основные достоинства и недостатки выпускной квалификационной работы;
- степень самостоятельности и способности выпускника к исследовательской работе (владение методами сбора, хранения и обработки информации, современными методами проектирования);
- оценка умения анализировать и прогнозировать состояние и динамику объектов деятельности с использованием методов и средств анализа и прогноза;
- оценка полученных результатов при решении задач с точки зрения их обоснованности и достоверности;
- оценка деятельности студента в период выполнения ВКР (степень добросовестности, работоспособности, ответственности, аккуратности и т. п.);
- соблюдение правил и качество оформления чертежей, достоинства и недостатки оформления текстовой части, графического, демонстрационного, иллюстративного, компьютерного и информационного материала;
- владение знаниями, умениями, навыками, применяемыми в сфере своей профессиональной деятельности;
- общее заключение и предлагаемая оценка квалификационной работы.

Руководитель:

Доцент кафедры _____

_____ (подпись)

г. Бишкек.

« _____ » июня 2018 года.



ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Образец оформления листа задания на ВКР

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
КЫРГЫЗСКО-РОССИЙСКИЙ СЛАВЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ _____
КАФЕДРА _____
НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТЬ) _____

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой _____

(Подпись) (ФИО)
« ____ » _____ 200__ г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу

Студенту _____
(Фамилия, имя, отчество)

1. Тема выпускной квалификационной работы _____

Тема выпускной квалификационной работы утверждена приказом ректора № _____ от _____ 20__ г.

2. Консультанты выпускной квалификационной работы:
Наименование раздела, должность, ученая степень, ученое звание, ФИО

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе _____

4. Содержание пояснительной записки выпускной квалификационной работы _____

5. Перечень графического материала _____

6. Срок сдачи студентом законченной выпускной квалификационной работы _____

7. Дата выдачи задания на выпускную квалификационную работу _____

Руководитель _____
(Фамилия, имя, отчество) (Подпись)

Задание принял к исполнению _____ 20__ г.
(Дата) (Подпись)



Ирина Владимировна ГОРИНА
Азамат Нурказыевич КАНГЕЛЬДИЕВ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
ПО НАПИСАНИЮ, ОФОРМЛЕНИЮ И ЗАЩИТЕ
ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
для студентов 4 курса очной формы обучения
направления «Реклама и связи с общественностью»
(бакалавриат)**

Редактор _____
Технический редактор _____
Корректор _____
Компьютерная верстка _____

Подписано к печати **???? 11.2018 г.** Формат 60×84 ¹/₁₆
Печать офсетная. **Объем 6,25 п.л.**
Тираж _____ экз. Заказ _____

Отпечатано в типографии КРСУ
720048, г. Бишкек, ул. Горького, 2