

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН  
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

«Утверждаю»  
Декан факультета русской  
филологии, журналистики  
и медиатехнологий  
Салимов Р.Д.   
« \_\_\_\_\_ » 2018



**Методические рекомендации по написанию  
выпускной квалификационной работы (ВКР)**

для студентов-бакалавров  
направления: 42.03.02 журналистики

Душанбе - 2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Общие положения.....	4-6
2. Методические рекомендации по выполнению ВКР.....	6-8
3. Выбор темы.....	8-11
4. Содержание выпускной квалификационной работы.....	11-15
5. Оформление выпускной квалификационной работы.....	15-21
6. Структура выпускной квалификационной работы.....	21-27
7. Заключение.....	28-29
8. Приложение.....	30-64
9. Рекомендуемая литература.....	65-71

## **Общие положения**

По окончании обучения образовательной программы бакалавриата студент проходит государственную итоговую аттестацию.

Итоговая аттестация проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки обучающихся.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план. Взимание платы с обучающихся за прохождение государственной итоговой аттестации не допускается.

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основных образовательных программ бакалавриата, является обязательной и в Российско - Таджикском (Славянском) университете (далее по тексту РТСУ) проводится в форме государственная итоговая аттестация и выпускной квалификационной работы (далее по тексту ВКР) бакалавра, за исключением отдельных образовательных программ, по которым установлена иная форма итоговой аттестации. Перечень таких образовательных программ устанавливается приказом ректора РТСУ.

ВКР выполняется на русском языке.

ВКР представляет собой законченное учебно-научное исследование, которое может основываться на обобщении выполненных выпускником курсовых работ и проектов и готовится к защите в завершающий период теоретического обучения.

Основное требование к выпускной квалификационной работе бакалавра – исчерпывающее описание поставленных задач, проделанной работы и полученных результатов, позволяющее судить о степени выполнения задания и о профессиональной подготовке выпускника.

Темы ВКР разрабатываются выпускающей кафедрой с указанием научных руководителей и должны соответствовать специализации кафедры,

быть актуальными и ежегодно обновляться, с тем, чтобы в течение последних трех лет темы ВКР не повторялись.

Выпускнику предоставляется право выбора темы ВКР вплоть до предложения своей темы с необходимым обоснованием целесообразности её разработки.

Перечни тем, руководителей ВКР, определяются выпускающими кафедрами, утверждаются руководством университета не позднее, чем за три месяца до защиты ВКР. Изменения или уточнения тем после издания соответствующего приказа по РТСУ производятся в исключительных случаях на основании представления кафедры и согласия деканата. В ранее изданный приказ по РТСУ, которым закрепляются темы ВКР, вносятся соответствующие изменения.

Руководитель ВКР выполняет следующие функции:

- определяет задание на ВКР по выбранной теме не позднее, чем за два месяца до начала выполнения работы;
- разрабатывает вместе с выпускником календарный график выполнения работы и затем контролирует его соблюдение;
- рекомендует выпускнику необходимую основную литературу, справочные и архивные материалы, типовые проекты и другие материалы по теме;
- проводит систематические, предусмотренные расписанием консультации;
- проверяет выполненные работы (по частям и в целом);
- составляет письменный отзыв на выполненную выпускную квалификационную работу.

Отзыв научного руководителя должен содержать формулировку поставленной задачи, оценку отношения студента к работе, уровень его общей подготовленности по специализации, степень самостоятельности в работе, объём работы, выполненный студентом лично. В конце отзыва руководитель пишет о том, что поставленная задача выпускником выполнена

(или не выполнена) и ставит свою оценку выпускнику на основании перечисленных выше критериев («отлично», «хорошо» «удовл» и т. д.).

Для допуска выпускника к защите ВКР рекомендуется проведение предварительной защиты в комиссии, состоящей из преподавателей выпускающей кафедры, не менее чем за две недели до защиты.

Выпускная квалификационная работа, передаваемая студентом на кафедру перед защитой, должна быть переплетена.

ВКР может быть направлена на проверку на наличие плагиата в работе. Нормативы к разрешенному объему заимствования без соответствующих ссылок для различных образовательных программ определяется приказом ректора РТСУ. При превышении установленных норм заимствования ВКР не может быть допущена к защите.

Решение о допуске студента к защите ВКР принимается на заседании выпускающей кафедры и оформляется протоколом заседания кафедры. Мотивированный рапорт о не допуске студента к защите и его отчислении кафедрой докладывается в деканат факультета.

Выпускные квалификационные работы бакалавров рецензированию не подлежат.

### **Методические рекомендации по выполнению ВКР**

Выпускная квалификационная работа пишется студентами, на последнем году обучения. Необходимо как можно раньше определиться с интересующей темой исследования и разрабатывать ее на протяжении всех курсовых работ – это значительно облегчит ваш труд над выпускным сочинением. Желательно, чтобы выбор темы для курсовой работы (и в дальнейшем – для выпускной квалификационной работы) определялся вашей специализацией.

Полное представление о научных интересах преподавателей нашего университета помогут вам выбрать себе научного руководителя. Консультироваться с научным руководителем можно как при личных

встречах, так и по электронной почте (адреса всегда можно узнать на **сайте университета <http://www.rtsu.tj/ru/>** и у преподавателей.)

В зависимости от вашего опыта работы в рекламных агентствах, СМИ, реальном производстве и сфере услуг, или ориентируясь на данные, собранные в ходе практики, специфики темы исследования и т.д. вы можете выбрать один из видов выпускной квалификационной работы:

- 1) исследовательская работа по теории или истории рекламной деятельности;
- 2) теоретико-практическая (прикладная) работа с элементами исследовательского характера, но с творческим приложением, содержащим разработанный рекламный продукт по выбранной теме;
- 3) творческая работа, состоящая в представлении самостоятельно разработанных рекламных проектов, в прессе, на радио и телевидении и имеющая теоретическое обоснование автора.

В написании исследования вам помогут знания об этапах над выпускной квалификационной работой, представление об ее структуре и общих правилах оформления титульных листов и оглавления, заголовков, сносок, списка литературы.

Защита выпускной квалификационной работы проходит на специально собранном для этого заседании кафедры. К защите допускается работа, подписанная научным руководителем («допущена к защите», число, подпись). На самой защите вы должны прочитать подготовленное заранее защитное слово и ответить на вопросы комиссии. Кроме того, приветствуется презентации проделанной работы.

В случае выявления плагиата (полного или частичного) работа оценивается на «неудовлетворительно».

### **Требования к объему квалификационной работы и количеству используемых источников**

Студент, начиная со 2 курса, выбирает руководителя и тему курсовой работы, а в дальнейшем на 4/5 курсе продолжает эту тему как выпускную квалификационную работу. Данные параметры касаются теоретико-

исторических и прикладных работ (для творческих проектов количество страниц в теоретической части – вдвое меньше указанного).

3-й курс ОДО (3-й курс ОЗО) – 20–25 страниц (не менее 10 источников);

4-й курс ОДО (4-й курс ОЗО) – 35–45 страниц (не менее 20 источников);

5-й курс ОДО (5-6-й курс ОЗО) – 45–55 страниц (не менее 50 источников).

### **Выбор темы**

Очень важно правильно выбрать тему исследования. Предмет и объект научного поиска должны представлять исследовательский, научный интерес, быть актуальными и отличаться новизной, затрагивать текущие проблемы рекламной деятельности и намечать перспективные направления исследования.

При выборе темы студент исходит из собственных симпатий, интересов, учитывая в итоге научные интересы кафедры. Результаты выпускного проекта могут и должны быть полезны для его будущей работы.

Тематика исследований связана с анализом социальных, психологических, экономических, творческих и других проблем в сфере рекламы. Объектом исследования может быть реклама в периодической печати, в передачах радио и программах телевидения, Интернете, промо - акции и специальные мероприятия. Предметом исследования будут рекламные продукты, материала, ролики, статьи и т.п. Темы теоретических и теоретико-практических (прикладных) выпускных работ предлагаются по следующим направлениям:

Возможны три тактики выбора темы:

1. Выпускник выбирает тему из списка, предлагаемого кафедрой; научным руководителем становится тот преподаватель, который предложил данную тему для работы.
2. Выпускник сначала выбирает научного руководителя и с ним решает вопрос о том, по какой теме будет писать выпускная работа.
3. Студент сам определяет проблему и находит научного руководителя, занимающегося данной темой; формулировка темы выпускной

квалификационной работы уточняется совместно. Предлагая собственную тему, студент должен проконсультироваться у предполагаемого руководителя.

Темы могут быть разные, традиционные и новые. В любом случае их разработка сопряжена с нелегкой поисковой, аналитической, практической и теоретической деятельностью. Опыт показывает, что поэтапное углубление одной и той же темы — залог успешного исследования, так как частая смена исследовательских интересов не способствует хорошей специальной подготовке и осложняет выполнение выпускной квалификационной работы.

Типичная ошибка — стремление охватить все сразу. Чтобы достичь хороших результатов, необходимо:

- сформулировать тему узко и конкретно;
- точно выделить в ней предмет исследования;
- определить хронологические рамки исследования;
- в рассмотрении проблемы опираться на соответствующий профессиональный рекламный и исследовательский опыт.

### **Проработка соответствующей литературы и составление библиографии**

Список литературы — один из важнейших элементов выпускной квалификационной работы. Просмотр списка, который должен соответствовать содержанию работы, позволяет получить представление о ее содержательной стороне.

В качестве библиографических источников можно использовать учебники, монографии, статьи в специализированных журналах («Рекламные технологии», «Рекламодатель», «Рекламные идеи»), а также общественно-политические и деловые издания: "Азия плюс", "Вечерний Душанбе", "Народная газета" и другие материалы научно-практических конференций и семинаров. Для поиска информации можно воспользоваться и услугами системы Интернет.

Определив период или проблему, которыми вы хотели бы заниматься, нужно найти соответствующую литературу. Ее следует разделить на основную и дополнительную. Разумеется, лучше начать изучение с основной литературы. Прежде всего, это учебники, книги, монографии по избранной проблеме. В основной литературе обычно даются библиографические списки, в которых указывается общая литература (методологическая и конкретно-историческая) по интересующей вас проблеме.

Просматривая необходимые издания, нужно выписывать на библиографические карточки или сразу в компьютерные файлы и папки названия и выходные данные, которые даются обычно в начале или в конце книги. Это составит каталог, на основании которого формируется будущий список литературы в выпускной работе. В разных изданиях существуют различные способы (виды) оформления выходных данных, но студенту необходимо выбрать один из них: список должен обязательно иметь единообразное оформление. На обороте каждой карточки рекомендуется дать краткую характеристику (аннотацию) нужной книги или статьи и выписать шифр работы в зависимости от того, какой библиотекой вы пользуетесь. Библиографические карточки могут быть использованы также для выписки необходимых ссылок и цитат с точным указанием источника и страницы, с которой взята данная информация.

Если нет желания сохранять ссылки и цитаты на карточки, делайте это сразу в ваш компьютер. Создайте файл или папку "ссылки и цитаты" и копируйте туда все интересные мысли и высказывания, сразу же оформляя необходимые данные для цитирования - название, автора, год издания, страница, и т.п. Так вы соберете большой объем информации для будущих работ. Это сэкономит время при окончательном оформлении выпускной квалификационной работы, окажет существенную помощь при ее написании, обеспечит качество сочинения. Точное цитирование и приведение источников информации, и их сохранение - залог успеха на многие годы обучения в Вузе, и далее.

Следующий этап – систематизация библиографического списка.

Полнота библиографического списка обеспечивается ознакомлением со всей литературой, имеющей отношение к теме. Но так как не вся литература может быть доступна, то необходимо изучение всей доступной литературы. Грамотная, правильно составленная библиография является показателем научной культуры автора, отражает степень его знакомства с литературой по данному вопросу. Составив библиографию, можно приступать к сбору и проработке необходимого материала, конспектированию литературы, а затем к обдумыванию и написанию выпускной квалификационной работы.

### **1.Содержание выпускной квалификационной работы**

Содержание выпускной квалификационной работы раскрывается в логически связном тексте, разбитом на смысловые блоки (элементы). Содержание и состав элементов ВКР определяются особенностями объекта и предмета исследования и характером решаемых задач.

Рекомендуемый объем работы – от 50 до 55 страниц компьютерного набора, включая рисунки, таблицы, графики, схемы.

#### **1.1. Структура работы:**

В ВКР бакалавра должны быть включены следующие элементы:

- титульный лист;
- оглавление (содержание) с постраничной разметкой (до 2-х листов);
- введение;
- основную текстовую часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения - анкеты, аналитические справки, фотоснимки, экспертные заключения, справочные таблицы, графики, описания стандартных приборов и других иллюстративных материалов, включение которых в основную текстовую часть работы нецелесообразно.

Всю содержательную часть ВКР бакалавра разбивают на нумерованные

смысловые части – главы. Каждую главу начинают с новой страницы. Введение, выводы и список использованной литературы не нумеруют.

**Титульный лист** содержит (Приложение 1)

- название министерства;
- реквизиты университета, наименование кафедры;
- наименование темы выпускной квалификационной работы;
- фамилию, имя и отчество автора работы с указанием группы;
- должность, ученую степень, фамилию и инициалы научного руководителя;
- графу для допуска к защите;
- место и год защиты.

**Оглавление** (или «Содержание») 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.

Во **введении** должно содержаться обоснование выбора темы (аргументация актуальности темы, практическая и научная значимость), степень разработанности темы исследования, формулируется проблема и порядок ее решения, определяются основные цели и задачи работы, указываются объект и предмет исследования, методика изучения проблемы, источники информации, структура и объем работы. Во введении указываются также основные положения, выносимые на защиту. Здесь необходимо обосновать актуальность темы выпускной работы, обозначить цель и задачи. Объем введения около 2-6 страниц.

ВКР состоит из теоретического, экспериментального и практического разделов (может быть разделена на несколько глав (не менее двух глав), поделенных на параграфы (не менее двух параграфов 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.

*В заключении* работы следует последовательно изложить выводы по теории вопроса, проведенного анализа; оценку актуальности, новизны и эффективности предлагаемых решений; обозначить возможные перспективы развития рассматриваемого вопроса, а так же направления, нуждающиеся в дальнейшей проработке. Выводы и предложения должны непосредственно и логически вытекать из полученных в работе данных и выполненных разработок, и представлены в краткой утвердительной форме.

Примерный объем заключения 5 – 10 % от общего объема работы. После заключения дается список использованной литературы.

**Список использованных источников** состоит из следующих частей:

- 1) нормативные правовые акты;
- 2) практические материалы (архивные, текущая практика) и др.
- 3) научная и учебная литература - книги, статьи и др., расположенные в алфавитном порядке по авторам (если автор на титульном листе не указан, то по названию книги);

Указываются все использованные автором при написании ВКР источники.

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 снятие с защиты.

*В приложении* (если имеется) следует расположить вспомогательный материал, чтобы не перегружать основное содержание работы и не отвлекать внимание от главной мысли. В приложении могут быть: инструкции, таблицы и графики, образцы бланков, компьютерные распечатки, расчеты и цифровые данные. Если приложений много, при необходимости они могут быть объединены по тематике.

Приложения помещают после списка использованных нормативных правовых актов и научной литературы в порядке их упоминания в тексте.

Каждое приложение следует начинать с нового листа, в правом верхнем углу которого пишется слово «Приложение» и номер, обозначены арабской цифрой (без знака №).

## **1.2. Язык и стиль изложения**

Язык написания научных текстов и научно-технической документации в принципе почти ничем не отличается от обычного правильного русского языка. Однако в научном стиле речи есть свои особенности, закреплённые традицией.

Прежде всего, цель научной речи заключается в ясной и точной передаче идей, рассуждений и умозаключений, такая речь целесообразна и прагматична. Поэтому эмоциональные обороты речи не играют в ней существенной роли и совершенно излишни, как излишни восклицательные и вопросительные знаки, многоточия.

Точность изложения обеспечивается использованием терминов – слов, значение которых однозначно определено и закреплено в справочной и учебной литературе. Неверно выбранный термин может исказить смысл всего текста.

Выбрав один термин для какой-либо сущности, важно придерживаться этого выбора во всей работе. Недопустимо, чтобы один и тот же объект назывался в разных частях работы по-разному: например, об одном и том же устройстве нельзя в одном разделе писать «водяная турбина», а в другом – «гидротурбина».

Ни в коем случае нельзя подменять общепринятые научные термины профессиональным жаргоном, который понятен лишь узкому кругу специалистов.

В научной речи используются безличные и неопределённо-личные предложения, например: «был произведён эксперимент...», «получены результаты...», «форму продувают воздухом...» и т. п. Почти никогда не употребляются местоимения первого лица, но иногда в устной речи, например в докладе, это допустимо: «нами получено...», «мы провели

эксперимент...». Тем самым подчёркивается, что результат получен усилиями коллектива.

Научная речь должна быть краткой. Следует избегать многословия и стараться вместить в одну фразу максимум информации. Загромождают речь канцеляризмы, наукообразные обороты, иностранные слова там, где можно употребить русские. Не нужно опасаться, что речь будет «слишком простая», важно, чтобы при этом она была научно грамотной, цельной и связной.

## **2. Оформление выпускной квалификационной работы**

Оформление любой научной работы является одним из важных её этапов. Так, необходимо знать, как правильно оформить элементы основного текста, таблицы, формулы и рисунки.

Письменные работы студентов должны быть оформлены в соответствии с требованиями действующих стандартов Республики Таджикистан и Российской Федерации (ГОСТов по информации, библиотечному и издательскому делу), по которым оформляют всю документацию на производствах, в учреждениях науки и образования.

В общем смысле требования к оформлению работ появились вовсе не как прихоть их составителей, а как средство облегчить чтение и понимание текста работ. Порядок в тексте способствует порядку мыслей как у пишущего, так и, самое главное, у читающего. Далее приведены требования к оформлению научных работ.

### **2.1. Макет страницы**

Письменная работа студента выполняется с помощью компьютера на одной стороне листа писчей бумаги формата А 4. 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 переплёта.

Заголовки и структура работы. Текст работы делится на главы (разделы), параграфы (подразделы), пункты. Главы, параграфы и пункты следует нумеровать арабскими цифрами.

Главы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений.

Пример: 1, 2, 3 и т. д.

Номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделённые точкой.

Пример: 1.1, 1.2, 1.3 и т. д.

Номер пункта состоит из номера главы, номера параграфа и порядкового номера пункта, разделённых точками.

Пример: 1.1.1, 1.1.2, 1.1.3 и т. д.

Не допускается оставлять лишь один параграф внутри главы. Например, если есть глава 2, в которой есть параграф 2.1, то затем должны следовать параграфы 2.2, 2.3 и т. д., иначе дробление на параграфы теряет смысл.

Целесообразно использовать заголовки с глубиной не более трёх уровней (сложно - подчиненные предложение). Обычно исключение делается лишь для технической и справочной литературы.

Как именно делить текст на смысловые блоки, разумеется, решает автор, но не рекомендуется дробить материал более чем на семь глав. Обычно для выпускных работ количество глав равно трём: постановка задачи, решение задачи и результаты работы. Если всё-таки число глав получилось

больше трёх, то рекомендуется их объединить.

Главы начинают с новой страницы. Все заголовки, идущие самостоятельными строками, отделяют от предыдущего и последующего текста тремя интервалами (18 пт.). «Старшие» подзаголовки можно выделять заглавными буквами или полужирным шрифтом, подзаголовки – курсивом.

При оформлении заголовков необходимо соблюдать единообразие и соподчиненность заголовков по всей работе. Для этого рекомендуется пользоваться стилями Word для заголовков.

Не допускается заголовком заканчивать страницу. После заголовка (подзаголовка) обязательно должны быть хотя бы две строки.

Текст заголовка должен быть информативным, т. е. отражать предметную область главы. Например, не рекомендуется для первой главы, содержащей, как правило, аналитический обзор публикаций, в качестве заголовка писать «Литературный обзор»; вместо этого следует писать, например, «Методы обнаружения источников в печатных СМИ».

Заголовок должен быть кратким, однозначно передавать содержание следующего за ним текста, из него должны быть исключены лишние, ненужные слова. Например, не следует писать «Обзор существующих методов...», так как если метод не существует, то его и нельзя включить в обзор.

Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой.

Нумерация страниц. Номер страницы проставляется во внешнем нижнем углу. Не допускается нумерация страницы с использованием литеры (например, 15а), пропуск или повтор номеров.

На титульном листе и на страницах, полностью занятых рисунками, номера не ставят, но учитывают.

## **2.2. Текст**

Для набора основного текста принят шрифт Times New Roman (таблица 2).

Таблица 2 – Параметры основного текста документа

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
Отступ после абзаца	6 пт
Выравнивание текста	По ширине

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.

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: *слово*<sup>1</sup>, *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.

Знаки углового градуса, минуты, секунды, терции от предыдущих чисел не отделяют, а от последующих отделяют пробелом (например:  $5^{\circ} 17''$ ).

Знак градуса температуры отделяется от числа, если за ним следует сокращённое обозначение шкалы ( $20^{\circ}\text{C}$ , но  $20^{\circ}$  Цельсия).

Перечни. В тексте могут быть использованы упорядоченные и неупорядоченные списки (перечни).

Упорядоченные списки используются тогда, когда важен порядок перечисления. При этом каждая позиция списка нумеруется числом, заканчивается запятой либо точкой с запятой. В конце последнего пункта ставят точку.

Неупорядоченные списки используются, если порядок несущественен, при этом каждая позиция обозначается тире.

Числа и даты. Многозначные числа пишут арабскими цифрами, отделяя классы неразрывными пробелами. Не разбивают на классы четырёхзначные числа и числа, обозначающие номера (например:  $23\ 457$ , но  $5000$ , №  $6789$ ).

В качестве разделителя дробной и целой частей чисел используется запятая.

Числа должны быть отделены от относящихся к ним наименований (например:  $25\ \text{м}$ ). Числа с буквами в обозначениях не разбиваются (например: *в пункте 26*). Числа и буквы, разделённые точкой, не имеют отбивки (например:  $2.13.6$ ).

Основные математические знаки перед числами в значении положительной или отрицательной величины, степени увеличения от чисел

не отделяют (например:  $-15, \times 20$ ).

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*).

Числовые значения величин с обозначением единиц физических величин и единиц счёта следует писать цифрами, а без обозначения единиц физических величин и единиц счёта до девяти – словами (например: *зазор – не менее 2 мм, катушку пропитать два раза*).

Стандартной формой написания дат является следующая: *20.03.2017 г.* Возможны и другие как цифровые, так и словесно-цифровые формы (например: *20.03.2015 г., 22 марта 1999 г., 1 сент. 2017 г.*).

Сокращения. Используемые сокращения должны соответствовать правилам грамматики, а также требованиям, установленным ГОСТ 2.316–68 и ГОСТ 7.12–2015 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. филологических 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.*).

При написании сложных единиц комбинировать буквенные

обозначения и наименования не допускается.

## **Структура выпускной квалификационной работы**

### **Введение**

По объему Введение составляет небольшую часть выпускной квалификационной работы, но по смыслу — это едва ли не самая важная часть: в ней содержатся почти все основные признаки, квалифицирующие работу.

Во Введении предлагается обоснование выбора темы (постановка проблемы), указывается объект и предмет изучения, определяется актуальность и новизна проблемы, предварительно оценивается теоретическая и практическая значимость, дается краткий или полный обзор литературы (историографическая справка). На этой основе формулируется цель и выдвигаются задачи. Затем предлагается характеристика основных и второстепенных источников, комментируется объем и пути анализа фактического материала. Тщательно обосновывается выбор методов исследования, и устанавливаются заранее принципы, способы описания фактического материала. Дается также интерпретация основных рабочих терминов, наиболее активно употребляемых в работе, объясняется структура выпускной квалификационной работы.

Обоснование темы (постановка проблемы) состоит из описания проблемы и её актуальности. Проблема — это заявка, постановка тех вопросов, которые требуют своего разрешения и на которые будут даны ответы в выпускном квалификационном исследовании. Обычно указывается на наличие ряда нерешенных проблем, из которых выделяется одна и объясняется, почему рассматривается именно она. Актуальность — указание причин или факторов, благодаря которым возникает необходимость в данной работе.

Смысл постановки проблемы заключается том, чтобы убедить читателя в том, что работа имеет право на существование, доказать, что проблема реально существует, а не является плодом фантазии; показать, что есть

необходимость, всеобщая заинтересованность в ее решении; доказать читателю, что результаты работы будут полезны (в теоретическом и практическом смысле), что они стоят того, чтобы писать ради них исследование, тратить время и силы. Существует несколько способов обоснования темы:

-адресовать читателя к жизненным явлениям, к реальным фактам в рекламной деятельности, сослаться на публикации в прессе;

-сослаться на научные исследования, в которых обсуждалась выбранная проблема. В данном случае постановка вопроса может совместиться с литобзором;

-привести социологические статистические данные (например, результаты опроса по данной проблеме) как доказательство наличия проблемы, что поможет понять ее составляющие и способствует решению.

**Объект** — сфера профессиональной рекламной практики, область истории, теории рекламы, раздел науки, к которым обращается автор. Объект указывается для того, чтобы читатель мог быстро сориентироваться в дипломном исследовании. Из объекта как общего, широкого понятия выделяется более узкий, частный предмет, на котором и будет, собственно, сфокусирован ваш взгляд.

**Предмет** — это то, что конкретно изучается. Аспект, ключ, в котором изучается предмет, угол зрения на него — проблема.

**Цель** — то, чего автор намерен достичь в своей работе. Обычно формулируется как «раскрытие» проблемы.

**Задачи** — то, что необходимо сделать в работе, чтобы достичь цели; средства, пути, которыми она достигается. Обычно задачи формулируются способами, через которые осуществляется рассмотрение проблемы.

**Фактологическая база** — факты, явления или феномены, на анализ которых будет опираться работа; конкретный материал описания (рекламные материалы в прессе, радио-, на телевидении и т.д.). Если, например, предметом внимания является реклама в газете, то необходимо знать все

данные этого издания (редактор, тираж, годы существования, издательство, периодичность выхода и т. д.).

**Теоретическая платформа** — основные исходные положения, опираясь на которые, автор строит собственные рассуждения. Она предполагает указания на научные произведения или школы, взгляды которых близки студенту. Здесь же указываются используемые методы: описательный, историко-сравнительный, сравнительно-типологический, культурологический (историко-культурный), социологический, контент-анализ или какие-либо другие.

**Новизна** — то, что нового вносит работа в теорию и практический анализ проблемы. Новыми могут быть тема (проблема), если к ней обращаются впервые, а также метод (подход) исследования.

**Практическая значимость** – прикладное значение работы.

Порядок всех составляющих Введения может свободно варьироваться, исходя из логики рассуждения, которая может быть разной. Их раскрытие может быть дано как ответы на следующие вопросы: «Что я рассматриваю? (объект, предмет); «Почему я это рассматриваю?» (актуальность, новизна); «Как я это рассматриваю?» (проблемный срез, задачи, основные категории, метод); «Зачем (для чего) я это рассматриваю?» (цель); «Кому, зачем данная работа будет нужна, где она может быть использована?» (практическая и теоретическая значимость); «Что подвигло на написание работы, ради чего она предпринята?» (постановка проблемы).

### **Основная часть**

Текст делится на главы, главы – на параграфы. Построение глав, их очередность зависит от логики изложения. Смысловая последовательность является непременным условием научного сочинения. Каждая глава должна отличаться такими подзаголовками, которые при их прочтении позволяют судить о логике повествования, являясь своеобразным сигналом смысловой цепочки. Естественно, что один параграф вытекает из другого, одна глава - из другой. Их названия не должны повторять название сочинения. Каждая из

глав и каждый параграф завершаются краткими выводами - конспективными ответами на поставленные в параграфах вопросы. Выводы могут быть оформлены в виде тезисов. На основе выводов пишется Заключение. Первую главу обычно строят как историографическую в том случае, если история вопроса достаточно велика и выходит за рамки Введения. Она посвящается обзору и анализу литературы по данной проблеме. Здесь проводится анализ ситуации в избранной для исследования области рекламы, обосновываются новые пути решения соответствующих проблем. Главный вопрос этой главы: «Освещалась ли вообще ваша проблема до вас и если рассматривалась, то как?».

В литобзоре решаются следующие задачи:

- обозначается место, которое занимает выбранная проблема среди других проблем **рекламы**;
- обнаруживается предыстория решения обозначенной проблемы: кто и что делал, какие достижения имеются, какова успешность предпринимавшихся попыток, в чем кроются причины неудач и пр.; выявляются степень изученности, новизна проблемы;
- освещается теоретическая значимость проблемы;
- демонстрируется осведомленность в литературе по данной теме.

Необходимо выстроить расположение, продумать логику изложения материала. Эту логику можно позаимствовать у известного ученого, ссылаясь на него. Логика можно задать и самостоятельно. Это значит подчинить материал последовательности своей мысли, своего видения проблемы, освещать чужие взгляды со своей собственной позиции, идеи, точки зрения, которая с доказательностью развернется в следующих главах. В этом случае ваша работа будет отличаться оригинальным, творческим подходом. Логика обзора отражает логику последующего изложения в выпускной работе.

Названия главам, параграфам принято давать содержательные. Раздел, содержащий литобзор, необходимо озаглавить так, чтобы было понятно, о чем конкретно в нем пойдет речь. Литобзор может содержаться в первой

главе, но в названии главы словосочетание «литературный обзор» не употребляется, например: «Коммуникативная сущность политической рекламы».

Если литобзор вошел во Введение, то первая глава выпускной квалификационной работы может быть теоретической, связанной с проблемами специфики рекламной деятельности и творчества в соответствии с темой, материалом, задачами работы. В любом случае теоретическая обоснованность должна проявляться во всей работе. Каждая из глав отличается аналитизмом, сочетающим наблюдения предшественников и свои собственные.

Следующая глава – практическая, в которой проблема рассматривается на анализе конкретных фактов, явлений рекламы. Эта глава должна отличаться доказательностью. Практическая глава – главная в исследовании: все предыдущие части курсовой и дипломной работы являются подготовкой к ней – изучение истории, теории вопроса делается для того, чтобы применить это изучение в конкретном, практическом анализе материала, в самостоятельном раскрытии проблемы.

По оглавлению можно предварительно судить об актуальности исследования, глубине анализа, широте изучения вопросов темы, её особенностях, поэтому его построению и формулировке следует уделить самое серьезное внимание.

### **Оформление заголовков**

1. Каждая глава должна начинаться с новой страницы.
2. Параграфы с новой страницы не набираются.
3. Названия глав следует набирать заглавными буквами, жирным шрифтом и помещать по центру страницы (абзацный отступ в этом случае не нужен!). В том случае, если название главы конкретизируется в подзаголовке, он набирается строчными буквами. Например:

ГЛАВА 1. Понятие и роль отдела по связям с общественностью (на примере «Билайн»)

4. Слова «Введение», «Литература» и названия других частей работы набираются точно также: ЛИТЕРАТУРА
5. Названия параграфов набираются строчными буквами, жирным шрифтом и помещаются по краю левого отступа.
6. Ни точки, ни двоеточия после названий глав, параграфов и других частей работы не ставятся.
7. В заголовках знаки переноса не допускаются.
8. Названия глав и названия параграфов отделяются друг от друга пустой строкой. Между заголовком параграфа и основным текстом пустой строки нет. Начало каждой главы, следовательно, будет выглядеть следующим образом:

ГЛАВА 2. Глава 2. Характеристика деятельности «ВымпелКом» (на примере «Билайн»)

Здесь идет текстовое описание материалов исследования.

#### **Оформление таблиц**

Нумерация таблиц должна быть сквозной на протяжении всей выпускной квалификационной работы. Слово «таблица» и ее порядковый номер (без знака №) пишется сверху и справа от таблицы. Название таблицы размещается по центру. Например:

*Таблица 1*

*Анализ изменения цен на рекламную продукцию телекомпаний*

При ссылке на таблицу указывается номер таблицы и страница, на которой она расположена.

#### **Сноски**

В выпускной квалификационной работе используются внутритекстовые сноски. Внутритекстовые сноски оформляются в самом тексте посредством квадратных скобок, в которых указывается фамилия

автора исследования, год издания и номер цитируемой страницы. Например: «.....» [Кочеткова А. В., 2007, с. 109], где «Кочеткова» – автор монографии, учебника или статьи, «2007» – год издания, «с.109» – номер страницы. В этом случае в списке литературы рецензент найдет по фамилии и году издания полное название источника: Кочеткова А. В. Теория и практика связей с общественностью: *Учебник для студентов вузов.* - Спб.: Питер, 2007.

Также сноски можно оформлять с помощью подстрочных ссылок - это ссылки, располагающиеся внизу страницы, под строками основного текста в отчерченном колонтитуле. Например: " PR-реклама — это реклама не продукта или услуги компании, а самой компании" утверждает А. В. Кочеткова.<sup>1</sup>

### **Заключение**

В **Заключении** подводятся, обобщаются основные итоги изучения темы, формулируются практические и теоретические выводы и предлагаются перспективы на будущее. Это могут быть перспективы использования полученных результатов исследования — перспективы практического применения работы. Наличие последних показывает, что студент способен самостоятельно развиваться как исследователь.

Заключительные тезисы, обычно объемом 3-5 страниц, отличаются суммарностью теоретических суждений, комплексностью показателей, характеризующих уровень профессиональной подготовки выпускника.

## **ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ**

---

<sup>1</sup> Кочеткова А. В. Теория и практика связей с общественностью: *Учебник для студентов вузов.* - Спб.: Питер, 2007.

**Образец оформления титульного листа ВКР**

**Министерство образования и науки Российской Федерации  
Министерство образования и науки Республики Таджикистан  
Российско-Таджикский (Славянский) университет**

**Филологический факультет  
Кафедра печатных СМИ и PR**

**ВЫПУСКНАЯ  
КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**на тему:**

**«Влияние журналистской речи на аудиторию»**

**Исполнитель:** Назаров У. 4к.жур.д.о. / \_\_\_\_\_ /  
**ф.и.о.**

**подпись, дата**

**Руководитель работы:** Рахимов А.А. / \_\_\_\_\_ /  
**ф.и.о.**

**к.ф.н.**

**подпись, дата**

**Рецензент:** Сахибназарбекова Р.М. / \_\_\_\_\_ /  
**ф.и.о.**

**к.ф.н.**

**подпись, дата**

**Зав. кафедрой:** Муллоев Ш.Б. / \_\_\_\_\_ /  
**учёное звание**

**ф.и.о.**

**подпись, дата**

**д.ф.н.**

**учёное звание**

**Душанбе - 2018**

## **Образец оформления оглавления**

### **Оглавление**

#### **Введение**

#### **Глава 1. Феноменология понятий: имиджа, текста, монтажа.**

#### **Квинтэссенция монтажных механизмов в социокультурном пространстве.**

- 1.1. Имидж как феномен. Понятие «имидж» субъекта и объекта журналистики.
- 1.2. Феноменология текста. Особенности журналистского текста.
- 1.3. Монтаж как феномен. Универсальность монтажа.
- 1.4. Эксплицированность приёмов монтажа в журналистику, как способ имиджирования.

#### **Глава 2. Характерные особенности монтажности текстов с позиции лингвостилистических наполнителей.**

- 2.1. Лексические компоненты монтажа.
- 2.2. Синтаксические компоненты монтажа.

#### **Глава 3. Монтажное структурирование имиджеформирующего текста.**

- 3.1. Структурные части имиджеформирующего текста.
- 3.2. Способы перераспределения интертекстуальных частей.
- 3.3. Формы структурного монтажа.

#### **Заключение.**

#### **Библиографический список.**

### **Примеры выполнения библиографического описания**

Если источник имеет автора, то фамилия приводится в начале заголовка и, как правило, отделяется от имени, имени и отчества, инициалов запятой. После приведённых ФИО ставится точка: **Рогова, Р.М.** Развитие гуманистического мировоззрения и ценностных ориентаций личности. – Институт развития личности, 1996. – 144 с.

Если авторов два или три, то указываются в той же последовательности, что и в источнике, все фамилии авторов с инициалами: **Поташник, М.М., Вульф, Б.З.** Педагогические ситуации. – М.: Педагогика, 1983. – 144 с.

**Морозов, Б.М., Фадеев, В.Е., Шинкаренко, В.В.** Планирование идеологической, политико-воспитательной работы. – М.: Мысль, 1984. – 271с.

Если авторов более трёх, указывается только фамилия первого автора с добавлением слов и др.: **Асмолов, А.Г. и др.** О некоторых перспективах исследования смысловых образований личности // Вопросы психологии. – 1979, № 4. – С. 35 – 45.

Если название источника содержит дополнительные сведения (пособие, учебник, учебный курс, курс лекций, сборник, обзор, учёные записки, материалы конференции), то после основного названия ставится двоеточие, а затем даются дополнительные сведения с прописной буквы:

Гуманизация и гуманитаризация образования: теории, концепции, опыт: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Самара: СамГПУ, 1997. – 272 с.

**Андреев, В.И.** Педагогика: Учебный курс для творческого саморазвития. – Казань: Центр инновационных технологий, 2000. – 608 с.

Если источник вышел под общей редакцией (под редакцией) после наименования источника ставится одна косая линия (/) и с прописной буквы пишется: Под общ. ред.; или: Под ред. Затем приводятся инициалы и фамилия автора в родительном падеже: Игра дошкольника / Под ред. С.Л. Новоселовой. – М.: Просвещение, 1989. – 175 с.

Если указывается редактор или составитель, то после наименования источника также ставится одна косая линия (/) и с прописной буквы пишется: Ред.; или: Сост. Затем ставятся инициалы и фамилия редактора или составителя в именительном падеже: Совершенствование процесса повышения квалификации педагогов-воспитателей / Сост. Н.Н. Лобанов и др. – СПб.: Научно-исследовательский институт общего образования взрослых АПН СССР, 1998. – 72 с.

Если ссылка даётся на источник, являющийся переведённым с другого языка, то после фамилии, инициалов автора и названия ставится косая черта (/) и пишется: Пер. с англ.; Пер. с болг. и т.д.: **Момов В.** Человек, мораль, воспитание / Пер. с болг. – М.: Прогресс, 1975. – 168 с.

Если ссылка даётся на какое-либо произведение, изданное среди других произведений этого же автора, объединённых в одной книге, то после фамилии с инициалами автора даётся название статьи, затем ставятся две косые линии (//) и приводятся все библиографические данные источника: **Мясищев, В.Н.** Социальная психология и психология отношений // **Мясищев, В.Н.** Психология отношений. – М.: Институт практической психологии; Воронеж: МОДЭК, 1995. – С. 159 – 168.

Если ссылка даётся на какое-либо произведение, изданное в сборнике среди произведений других авторов, то после фамилии с инициалами автора также даётся название статьи, затем ставятся две косые линии (//) и приводятся все библиографические данные источника: **Аниськин, В.Н.** Профессиональная позиция преподавателя вуза и оценка её как социально-педагогическая проблема // Развитие творческих и коммуникативных способностей

личности: Сборник трудов молодых учёных. – Самара: СамГПУ, 1996. – С. 20 – 26.

Если описывается многотомное издание, то после фамилии и инициалов автора пишется: **Собрание сочинений** или **Сочинения**, ставится двоеточие и указывается количество томов: В 3 т., В 10 т. (но не 3-х, 10-ти и т.д.): **Ушинский, К.Д.** Педагогические сочинения: В 6 т. Т. 1. – М.: Педагогика, 1988. – 416 с.

Если источником является статья в журнале, то сначала называются фамилия и инициалы автора (авторов), затем название статьи, далее следуют две косые черты (//) и приводятся сведения о журнале (название без кавычек, год, номер журнала, номера страниц, на которых располагается статья).

**Лукин, Е.С., Макаров. Н.А.** Особенности выбора добавок в технологии корундовой керамики с пониженной температурой спекания // Огнеупоры в технике керамика. – 1999. – № 9. – С. 10 – 13.

Если источником является статья в газете, то сначала называются фамилия и инициалы автора (авторов), затем название статьи, далее следуют две косые черты (//) и приводятся сведения о газете (название без кавычек, год, дата выпуска, номера страниц, на которых располагается статья).

**Бовин, А.** Разоружение и довооружение // Известия. – 1988. 10 марта. – С. 1.

Если источником является словарь или энциклопедия, то библиографическое описание оформляется как описание статьи:

**Краевский, В.В.** Воспитывающее обучение // Российская педагогическая энциклопедия: В 2 т. Т. 1 / Гл. ред. В.В. Давыдов. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1993. – С. 171 – 172.

При библиографическом описании источников, относительно места издания приняты следующие сокращения: Москва – М.; Ленинград – Л.; Санкт-

Петербург – СПб; Нижний Новгород – Н.Новгород; Ростов на Дону – Ростов н/Д.

Остальные населённые пункты, являющиеся местом издания источника, указываются полностью: Самара; Оренбург и т.д.

В том случае, если источник имеет два места издания, то они указываются через точку с запятой: М.: Институт практической психологии; Воронеж: МОДЭК.

Обычно на второй или на последней странице издания приводится его полное библиографическое описание, которым и можно воспользоваться при оформлении библиографии.

Для ВКР интернет-ресурсы достаточно описать, например, так: Арестова, О.Н. Региональная специфика сообщества российских пользователей сети Интернет [Электронный ресурс] / О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин, А.Е. Войскунский. – Режим доступа: <http://www.relarn.ru:8082/conf/conf97/10.html>. – Загл. с экрана.

Список литературы КР/ВКР должен содержать не менее 50 источников.

**Индивидуальный план подготовки  
выпускной квалификационной работы**

( ФИО студента, номер группы)

(название специальности)

Срок выполнения

Консультант

**1-й этап – подготовка к исследованию**

*Определение методологических основ проблемы исследования:*

- предварительный выбор темы и составление списка литературы по проблеме исследования;
- определение объектной области исследования;
- определение объекта исследования;
- определение предмета исследования;
- выделение и анализ базовых понятий по теме исследования.

*Подготовка к организации и проведению исследования:*

- анализ специальной методической литературы и педагогического опыта по теме исследования и написание текста «Обзор методической литературы и педагогического опыта»;
- уточнение темы;
- формулирование гипотезы, цели и задач исследования;
- выбор методов исследования и конкретной базы для проведения исследования (школы, дошкольные образовательные учреждения, УВК, учреждения дополнительного образования и т. д.)

## **2-й этап – подготовка и проведение опытно-экспериментальной работы**

### *Планирование опытно-экспериментальной работы:*

- определение экспериментальной и контрольной групп;
- уточнение диагностической методики и методики наблюдений за изучаемыми объектами и их фиксация;
- разработка системы работы со студентами по теме исследования (планов-конспектов занятий, воспитательных мероприятий и других форм опытно-экспериментальной работы);
- разработка методики анализа результатов исследования;
- получение консультаций у преподавателей, учителей и воспитателей в целях уточнения диагностических методик и возможности применения выбранных методов и приёмов при проведении опытно-экспериментальной работы.

### *Проведение опытно-экспериментальной работы:*

- проведение констатирующего эксперимента;
- на основе анализа констатирующего эксперимента проведение формирующего эксперимента, т. е. системы работы с детьми (уроки, занятия, внеклассные мероприятия, индивидуальная работа, направленная на проверку гипотезы и осуществление задач опытной работы);
- анализ проведения формирующего эксперимента, внесение возможных уточнений в формулировку гипотезы и содержания опытной работы, описание опытной работы с определением возможных позитивных и негативных результатов, определение психолого-педагогических условий её эффективности и устранение негативных явлений;
- на основе выводов повторное проведение формирующего эксперимента для обоснования научной гипотезы, проверки выполнения задач исследований и

определения психолого-педагогических условий, обеспечивающих их выполнение;

– заключительный контрольный эксперимент, анализ, выводы, возможные рекомендации.

### ***3-й этап – оформление ВКР***

*Завершение написания квалификационной работы:*

– компоновка подготовленных текстов;

– написание выводов;

– составление заключения;

– написания введения.

Составление списка литературы.

Составление списка иллюстраций.

Составление приложений.

Составление оглавления.

Оформление титульного листа.

### **4-й этап – подготовка и защита ВКР**

*Сдача работы руководителю для получения отзыва и рецензии.*

*Подготовка текста для публичной защиты.*

Научный руководитель .....( )

**Отзыв руководителя ВКР (образец)**

о выпускной квалификационной работе (далее КР/ВКР)

по теме «Информация и её интерпертация как фактор развития современного таджикского телевидения»

студентки IV курса РТСУ кафедры печатные СМИ и PR Усмановой Н.

Выпускная квалификационная работа Усмановой Н. посвящена исследованию информационных программ таджикского телевидения и их развития.

Автором проанализированы различные подходы в подготовке информационных программ на различных каналах ТВ Таджикистана. Выделены различные виды, пути их развития, которые легли в основу программы формирующего эксперимента. Данный анализ позволил автору исследования доказать актуальность темы.

Интерес и практическую значимость представляет II глава, которая посвящена анализу содержания программ таджикского телевидения. Интересны критерии оценки, выделенные автором самостоятельно.

К положительным моментам исследования следует отнести его практическую направленность, о чём свидетельствуют материалы констатирующего и формирующего этапов исследования.

Нужно отметить, что Усманова Н. ответственно относилась к работе на всех этапах её выполнения, показала достаточно высокий уровень основных исследовательских умений: овладела основами проведения теоретического анализа литературы, логично выстраивает опытно-экспериментальное исследование и др. Была достаточно инициативна при формировании диагностической программы исследования, оперативно реагировала на замечания руководителя.

По теме своей исследовательской работы Усманова Н.. выступила на студенческой практической конференции «Славянские чтения».

Можно констатировать, что Усманова Н. выполнила работу на достаточно хорошем научно-практическом уровне.

ВКР Усманова Нилюфар может быть рекомендована к защите.

Зав.кафедры печатные СМИ и PR РТСУ \_\_\_\_\_ Ш.Б.Муллоев

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**Типовой текст рецензии (образец)**

**Рецензия на выпускную квалификационную работу «Информация и её интерпертация как фактор развития современного таджикского телевидения»** студента 4 курса Усманова Нилюфар.

В ходе своего исторического развития телевидение выработало целый набор приемов, направленных на придание информации наиболее привлекательных для аудитории форм. Изобразительно-выразительные средства экрана, теория телевизионных жанров, модное сегодня слово «формат» – в жестких условиях диктата рейтинга и коммерческой модели телевидения все это, безусловно, позволяет создавать аудиовизуальные произведения, отвечающие вкусам и предпочтениям зрителя. Однако чем совершеннее становится телевизионная техника и сложнее структура телевизионных материалов, тем актуальнее звучит вопрос, насколько реальная действительность соотносится с той, которая демонстрируется на экране. Поэтому рассмотрение механизмов, с помощью которых современное телевидение отражает реальность, а также восприятия зрителем новой не только по содержанию, но и по форме информации, интерпретируемой тележурналистом, ведущим информационной программы, на основании которой аудитория выносит свои суждения о действительности и принимает те или иные решения в жизни, подчеркивает **актуальность** данного исследования.

Проблема осложняется еще и тем, что язык, на котором телевидение говорит со зрителем, не является природным языком аудитории. Поэтому зритель не всегда может правильно декодировать предложенные к просмотру аудиовизуальные образы-коды, на основании которых и происходит процесс телевизионной коммуникации.

Кроме того, телевидение существует не только для выполнения рекреационной функции, но также является одной из форм социального

знания, способной не просто отражать и транслировать информацию, но и создавать и пересоздавать ее. Так, маркируя тот или иной факт действительности, телевидение может воздействовать на поведенческие мотивации людей, оказывать существенное влияние на их мировоззрение, а также закладывать ценностные ориентиры и установки в общественное сознание. Таким образом, именно телевидение в большей степени, чем другие средства массовой информации, оказывается тем предметом, вокруг которого возможна постановка вопросов, связанных с социальной идентичностью. Эти вопросы и послужили основой настоящего исследования, к решению которых Усманова Нилуфар подошла на примере анализа информационных программ Первого канала телевидения Таджикистана и информационного канала «Джахоннамо».

И в этом смысле предложенное понятие «интерпретация информации», понимаемое как имманентное свойство телевизионного текста, проявляющееся в случайном или намеренном наполнении аудиовизуальных образов (при помощи средств экранной выразительности в процессе создания и в ходе репрезентации) содержанием, напрямую не заложенным в действительности, с одной стороны, описывает новейшие способы работы с фактами действительности на телевидении, а с другой, – позволяет комплексно оценить уровень аудиовизуальной грамотности современного зрителя, в соответствии с которым аудитория воспринимает актуальный телевизионный контент.

Поэтому **научная новизна** данного исследования состоит в определении самого понятия «интерпретация информации», описании механизмов его функционирования на телевидении, а также рассмотрении качеств современной телевизионной информации в восприятии таджикской телеаудитории

Выпускная квалификационная работа является законченным научно-исследовательским трудом, выполненным автором самостоятельно на должном научном уровне. Полученные автором результаты достоверны,

выводы и заключения обоснованы. Вместе с тем, как любой творческий труд, выпускная работа содержит дискуссионные и спорные положения, дающие основания сделать критические замечания относительно некоторых позиций, выводов и предложений:

1. Так, к примеру, на странице 14 тезис автора: «в любой новости используется один факт и его объяснение (правильно было бы сказать «его интерпретация»). Таким образом, причина увеличения или уменьшения количества новостей зависит от вида новости» вызывает много вопросов, что имеет в виду автор, под словом факт, да еще и один?

2. Местами в ВКР наблюдаются стилистические погрешности, логически не связанные предложения (стр. 15 - второе предложение последнего абзаца, стр. 16 - абзац предпоследний и т.д.)

3. В отдельных страницах ВКР не выделены абзацы. Местами наблюдается повторение мысли.

Однако высказанные замечания нисколько не влияют на общее, положительное впечатление от прочтения рецензируемой выпускной квалификационной работы Усмановой Нилюфар.

Указанная работа выполнена на достаточно высоком уровне, имеет практическую направленность, отвечает требованиям, предъявляемым к ВКР, и заслуживает хорошей оценки.

Рецензент: \_\_\_\_\_ Абдуллозода М.А.

Место работы рецензента \_\_\_\_\_

Должность, степень \_\_\_\_\_

Дата заполнения « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

### **Примерный план выступления на защите КР/ВКР**

#### 1. Общая характеристика (КР/ВКР):

- тема;
- мотивы выбора темы;
- круг основных вопросов, раскрытых в теме, план КР/ВКР;
- основные литературные источники, использованные в работе при раскрытии темы;
- краткое содержание экспериментальной работы, её осмысление и оценка.

#### 2. Характеристика основного содержания:

- сущность рассматриваемой педагогической проблемы;
- позиции учёных и оценочные суждения автора по основным аспектам данной проблемы;
- анализ и оценка практического опыта решения проблемы с позиции теории вопроса;
- пути совершенствования работы с детьми, определение перспективных направлений для реализации на практике полученных результатов.

#### 3. Самооценка результата и качества выполненной работы:

- какие задачи ставились в процессе работы над темой, и как удалось их решить;
- степень удовлетворённости результатами проделанной работы;
- над какими вопросами темы работа может быть продолжена.

**Образец выступления на защите ВКР****Тема: «Внутритекстовой монтаж как инструмент создания имиджа субъекта и объекта журналистики»**

**Актуальность** исследования обуславливается объективной потребностью в осмыслении ряда существующих положений о теории монтажа как явления, способствующего композиционной полноценности создания журналистского текста, направленного на раскрытие имиджа в СМИ и самих СМИ.

Исследование данной области знаний продиктовано, прежде всего, наличием существующей трансформации современных текстов, не отвечающих основным требованиям теории журналистики, лингвистики, имиджологии и другим смежным наукам, знания которых должны учитываться в работе над материалом.

**Степень научной разработанности проблемы.** В теории и практике журналистики массовой коммуникации пока нет единого выработанного концептуального подхода по освоению механизмов монтажного мышления. Не освещена в полной мере проблема функционирования данного явления и последующих вытекающих из этого последствий. Не затеоризированна практическая сторона эффективности монтажности текстов, бытующих в новых условиях.

Злободневность исследования в данной области подтверждается и тем фактом, что на сегодняшний день в большинстве теоретических трудов не отмечена прямая взаимосвязь между монтажностью текстов и их отношением к процессу воспроизведения имиджа объекта в массовом сознании, и тем самым закрепления имиджа субъекта СМИ.

В данном рассматриваемом исследовании важен вопрос о корреляции и внедрении явления монтажа в своём первоначальном виде в журналистскую текстуальную среду, как основополагающего фактора раскрываемости

образов и явлений. Именно в контексте этой проблемы находится вопрос о переосмыслении кинематографического понятия «монтаж» и его применении в сфере печатной журналистики. На данный момент этот аспект остаётся открытым.

Нет комплексного исследования и жанровой специфики создания текстов с учётом особенностей монтажа. Отсутствует общепринятая методика работы по выделенным механизмам монтажа с учётом специфических особенностей публицистического текста в модифицированной среде массовой коммуникации.

**Цель исследования** – выявить основные ключевые механизмы композиционного монтажа, диагностировать и специфицировать их отражение в жанровой палитре, лингвостилистической, структурной, для последующего этапа реформирования журналистского текста, направленного на воспроизведение имиджа субъекта и объекта в средствах массовой информации.

Исходя из того, что монтаж, перекочевал на многие смежные области культуры, а феноменом его стало существование схожих приёмов, необходимо выявить их общность. При изучении темы, важно провести дедуктивный анализ теоретических и практических материалов для установления силы влияния разных факторов на изучаемую проблемную ситуацию. Выявить насколько каждая из выделенных областей по части композиционного конструирования приближена к монтажу медийного текста, а именно провести качественную аналитическую работу.

**Задачи исследования:**

- Изучить феноменологию имиджа, текста, монтажа, выявить взаимосвязь и их взаимодействие в единой внутритекстовой среде.
- Определить законы монтажа, основываясь на теоретические работы по основным видам искусства.
- Проанализировать явление монтажа, монтажного мышления и его психологию в текстовой композиции.

- Раскрыть кинематографические приёмы монтажа, которые в свою очередь были бы сообразны и приближены к монтажу медийного текста.
- Выявить методы монтажа в различных гуманитарных науках и синтезировать их для последующего отражения в журналистике.
- Необходимо выявить особенности внутритекстовой монтажности с позиции лингвостилистических (лексических, синтаксических) наполнителей.
- С точки зрения внутритекстового монтажа (в частном случае с позиции влияния монтажности на описываемый образ объекта), необходимо определить каким образом выбранный жанр и детальное структурирование влияет на весь текст, отражающий имидж объекта журналистики.
- Проанализировать тенденции и требования современных текстов, продиагностировать характерные особенности современного языка СМИ на соответствие общепринятым нормам, через призму механизмов монтажа, полагаясь на тексты из печатной прессы и интернет-версий печатных изданий.

**Предмет исследования.** Материалом для исследования послужили научные труды исследователей в таких областях, как: журналистика, кинематография, имиджология, лингвистика, семиотика, текстология, и др.

В качестве практического исследования использованы материалы таджикской и российской печатной прессы, интернет - версии газет и журналов.

#### **Методология и методы исследования.**

В основу методологии положены принципы системности и комплексности. В процессе работы применялись историко-типологический и теоретико-типологический методы. Для анализа текстов печатных, электронных и интернет-версий применялись эмпирические методы - качественный анализ документов периодической печати, контент-анализ, филологический анализ, лингвостилистический, жанровый.

**Эмпирическая база исследования** - периодическая печатная пресса Таджикистана: «Азия Плюс», «Вечерний Душанбе», «VIP-Zone», «Дайджест-

пресс», «Аргументы и Факты» (международное издание), и их аналоги - интернет-версии (сайты). А так же зарубежная пресса: «Комсомольская правда», интернет версия – «www.1tv.ru», (за период с ноября 2014 по апрель 2016 гг.).

**Научно-теоретическую базу исследования** составили основные концепции теории журналистики и массовой коммуникации, филологии, лингвистики, кинематографии, имиджелогии, положения теории социологии и психологии. В ВКР с различных сторон раскрывается феномен «монтажности текста», его имидже-формирующие функции. Предпринимается попытка философского, культурологического и филологического осмысления этого понятия. Актуальные проблемы понятия «монтаж» в его широком применении рассматриваются и анализируются в работах С.М.Эйзенштейна, А. Каминского, В. И. Карпа, А. Тарковского, Д. У. Гриффита, В. В. Иванова, А. Г. Раппапорта.

При рассмотрении внутритекстовых установок, учитывались работы таких исследователей в области текстологии, как: Н.С.Валгиной, Ю.М. Лотмана, М.М.Бахтина, Д.С.Лихачёва, Л.Выготского, И.Р.Гальперина, Е.С Кубряковой, Л.Г.Кайд, Ю.Рождественского.

Учитывались концепции и тенденции в области имиджелогии следующих авторов: А.Ю.Панасюка, В.М.Шепеля, Н.Варишкиной, А.Ш.Санатулова.

В диссертации проанализированы работы, в которых рассматривается проблема жанров печатных СМИ, структура медийного текста, специфика профессионального творчества журналиста, полагаясь на работы видных теоретиков журналистики: В.А.Аграновского, М.Горького, Г.В.Лазутиной, С.М.Гуревича, М.Н.Кима, В.В.Богуславской, Я.Н.Засурского, В.И.Сидоврова, Е.В.Черниковой,

**Научная новизна исследования. Или научная значимость.**

В работе расширяется понятие термина монтаж, отмечается не только его техническая специфика, но и широкая специализация, целенаправленность, эмоциональная функциональность, легко синтезирующаяся с

журналистскими механизмами текстоформирования. Взгляд на внутритекстовый монтаж в журналистике, через призму киномонтажного мышления послужит новым толчком в понимании пока ещё мало изученного монтажного явления в системе печатных средств массовой информации.

Тема нова в контексте функций монтажности журналистского текста, а именно в с позиции монтажности жанров, лингвостилистики, структуризации и имидже-формирующих особенностей.

Новизна в работе заключается в том, что:

1. Понятие монтажа, который закреплён в большей степени за кинематографом, экстраполируется на журналистский текст – этот подход к материалу, выполняется впервые.
2. Фокусирование на имиджировании персон СМИ осуществляется с новой позиции. Оно обращено скорее не на формирование имиджа, а более к инструментарию, за счёт которого происходит осуществление этого процесса.
3. Исследуется конгломерат гармоничного сочетания имиджа объекта с имиджем субъекта журналистики и выделяется зеркальная взаимосвязь этих двух понятий.

На примере текстов, выявлены закономерности в текстообразованиях и внутритекстовых процессах, которые осуществляются за счёт применения к ним механизмов монтажа.

Понятие монтажа, выдвигается, как принципиально новое действенное, глобальное явления в журналистике.

Обнаружены изменения в творческой деятельности журналиста в рамках конвергенции СМИ, персонализированных форм массовой коммуникации. Прослежена специфика взаимодействия коммуникативных сред, обусловленность текстов средой бытования.

Предпринята попытка уточнения терминологии: «журналистский текст», «имидж», «монтаж», и их феноменологических характеристик.

Изучена специфика сбора текстоформирующего, необработанного

материала, его распределение по жанровым, лексическим, композиционным, целевым и смысловым установкам, в условиях насыщенной и поверхностной информатизации всего пространства.

**Теоретическая значимость** работы состоит в том, что она представляет собой комплексное исследование, которое основано на переработке знаний из различных гуманитарных областей и около - журналистских сфер, связанных с проблемой монтажности текстов в контексте имиджеформирующих установок журналистики.

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что данная работа может быть полезной как для теоретиков СМИ, так и для практиков журналистов - печатных и электронных СМИ, педагогов, студентов и всех тех, кто связан с журналистской профессией. Рекомендации по модернизации имидже-формирующих текстов, посредством концентрации внимания на механизме внутритекстового монтажа, могут использоваться в работе редакционных коллективов, при создании имиджа объектов и субъектов (в частности самого издания) в среде средств массовой информации.

**Результаты исследования** могут быть использованы в преподавании следующих учебных дисциплин: «Основы журналистики», «Основы творческой деятельности», «Стилистика и литературное редактирование», «Технология журналистского творчества», «Имиджелогия», «Сценаристика», «Журналистское мастерство», а так же при чтении лекций по стилистике журналистского языка и модернизации текстового наполнителя.

Достоверность и надежность полученных в процессе исследования результатов, обеспечивается методологической обоснованностью исходных позиций, применением комплексных методов, адекватными целями и задачами исследования, глубоким анализом результатов исследования и их апробированием в процессе личного профессионального опыта.

### **Объём и структура ВКР**

Данная выпускная работа состоит из четырёх глав, введения, заключения и списка литературы. Общим объёмом в 55 страниц.

## **Критерии оценки степени качества ВКР**

**1. При проведении государственной (итоговой) аттестации (защиты ВКР в форме выпускного проекта) необходимо учитывать следующие критерии:**

- уровень освоения студентом материала, предусмотренного рабочими программами учебных дисциплин, МДК профессиональных модулей;
- уровень практических навыков, продемонстрированных выпускником при выполнении ВКР;
- уровень знаний и умений, позволяющий решать поставленные задачи при выполнении ВКР;
- обоснованность, чёткость, лаконичность изложения сущности темы ВКР;
- гибкость и быстрота мышления при ответах на поставленные при защите ВКР вопросы.

**2. Критерии оценки практической (графической части) выпускного проекта, уровня и качества подготовки выпускника:**

- качество предпроектных исследований;
- обоснованность образного и пластического решения идеи темы;
- степень оригинальности и выразительности художественной формы;
- уровень проектной культуры и эстетические качества дипломной работы;
- степень решения функциональных задач;
- уровень профессионального владения традиционными и новейшими техническими средствами и приемами проектной графики и макетирования;
- практическая значимость дипломной работы.

**Оценка «отлично»** ставится при соблюдении следующих условий:

- представленная на ГИА ВКР выполнена в полном соответствии с заданием, имеет подписи выпускника, руководителя ВКР и рецензента в основных надписях входящих в ВКР документов;
- изложение (доклад) поставленной проблемы и способов её решения в представленной на защите ВКР дано студентом грамотно, чётко и аргументированно;
- на все поставленные по тематике данной ВКР вопросы даны исчерпывающие ответы;
- речь студента отличается логической последовательностью, чёткостью;
- прослеживается умение делать выводы, обобщать знания и практический опыт;
- при защите студент демонстрирует знание проблемы, раскрывает пути решения поставленных задач, имеет свои суждения по различным аспектам представленной ВКР;
- практическая часть дизайн проекта выполнена на высоком художественном уровне.

**Оценка «хорошо»** ставится при соблюдении следующих условий:

- представленная на ГИА ВКР выполнена в полном соответствии с заданием, имеет подписи выпускника, руководителя ВКР, и рецензента в основных надписях входящих в ВКР документов;
- изложение (доклад) поставленной проблемы и способов её решения в представленной на защите ВКР дано студентом грамотно, чётко и аргументировано;
- на все поставленные по тематике данной ВКР вопросы даны ответы;
- речь студента отличается логической последовательностью, чёткостью;

- прослеживается умение делать выводы, обобщать знания и практический опыт;
- возможны некоторые упущения при ответах, однако основное содержание вопроса раскрыто полно;
- практическая часть дизайн проекта выполнена на хорошем уровне, качественно, с небольшими замечаниями.

**Оценка «удовлетворительно»** ставится при соблюдении следующих условий:

- представленная на ГИА ВКР выполнена в полном соответствии с заданием, имеет подписи выпускника, руководителя ВКР и рецензента в основных надписях входящих в ВКР документов;
- доклад на тему представленной на защите ВКР раскрывает сути поставленной задачи и не отражает способов её решения;
- на поставленные по тематике данной ВКР вопросы даны неполные, слабо аргументированные ответы;
- не даны ответы на некоторые вопросы, требующие элементарных знаний учебных дисциплин, МДК профессиональных модулей;
- отказ от ответов демонстрирует неумение студента применять теоретические знания при решении производственных задач;
- практическая часть дизайн проекта имеет замечания по качеству исполнения.

**Оценка «неудовлетворительно»** ставится в том случае, если:

- представленная на ГИА ВКР выполнена не в полном соответствии с заданием, имеет подписи выпускника, руководителя ВКР и рецензента в основных надписях входящих в ВКР документов;

- доклад на тему представленной на защите ВКР не раскрывает сути поставленной задачи и не отражает способов её решения;
- студент не понимает вопросов по тематике данной ВКР и не знает ответы на теоретические вопросы, требующие элементарных знаний учебных дисциплин, МДК профессиональных модулей;
- студент не способен пояснить основные положения ВКР, что указывает на несамостоятельное выполнение работы или результаты работы фальсифицированы;
- практическая часть дизайн проекта выполнена неаккуратно, с ошибками и замечаниями.

### 4.3 Презентационная часть

Макет или фрагмент макета на планшете (1 шт.)

Художественно-графический планшет (3 шт.)

Диск с электронной версией проекта

Ниже приводятся **методические рекомендации по содержанию отдельных разделов пояснительной записки ВКР.**

**Введение.** Здесь необходимо доказать актуальность данной исследовательской работы. Актуальность работы включает в себя интересы со стороны **заказчиков** (возникшая необходимость в проведении данной работы в свете возникших потребностей) и **исполнителей** со стороны выпускника.

Далее обозначается основная цель проекта (проблема исследования). Без проблемы, которая требует решения, не существует исследования. Чаще всего здесь следует указывать состав проекта (те материальные и художественные результаты, которые планируется получить), охарактеризовав каждую его часть меткими эпитетами. Практическая

значимость – внедрение результатов проекта в «жизнь», значение проведённой работы для самого дипломника.

### **Раздел 1. Предпроектное исследование**

В художественно-теоретической части подробно формулируется поставленная задача, анализируются исходные данные и материалы для проектирования. При необходимости описываются процесс сбора аналогов и маркетинговое исследование, анализируются отобранные аналоги и литературные источники. Также проводится аналитическое исследование способов решения поставленных задач.

### **Раздел 2. Эскизный этап**

В эскизной части излагается творческая концепция проекта, способы и методы художественно-творческого решения, рассматриваются применяемые методы и методики исследования и выполнения проекта, аргументируется предложенная методика и описывается конечный объект. Рассмотрение психологических аспектов проблемы (психологический портрет заказчиков, сценарий поведения и др.) выделяется в самостоятельную главу или параграф. Отдельная глава эскизной части посвящается эскизам и зарисовкам проектируемого объекта.

### **Раздел 3. Техническое задание**

Рассматриваются инженерно-технические характеристики проектируемого объекта. В ней приводится подробное описание материалов, техник и технологий, применяемых при производстве (воплощении) проекта.

В экономической части проекта необходимо убедительно и грамотно провести все экономические расчёты, составить смету и, если необходимо, дать заключение о рентабельности проекта.

### **Раздел 4. Проектный этап**

В проектный этап включается выполнение презентационной части диплома, которая состоит из альбома чертежей, графических планшетов и макета. В процессе выполнения презентационной части обучающийся (дипломник) показывает свои знания в области владения художественно-графическими навыками и отбором выразительных средств для наиболее краткого и полного освещения проблематики проекта.

**Заключение** должно содержать описание конечного результата и показать степень выполнения поставленных перед дипломником задач. Выводы делаются на основе сравнения фор-эскизного решения с конечным результатом. Анализируются достоинства и трудности выполненного проекта, а также обосновывается практическая значимость выполненной работы. По возможности делаются реальные выводы о новаторстве и новизне проекта.

#### **Список использованных источников**

Библиография должна состоять из перечисления всех обработанных в ходе подготовки проекта литературных и информационных источников. Указываются источники строго в алфавитном порядке в соответствии с требованиями ГОСТ. Такой список может включать как основные публикации по данной проблематике, монографии и научные труды, журнальные публикации, так и иллюстративные материалы альбомного типа. Также к информационным источникам могут быть отнесены электронные издания и internet-сайты.

## **Оформление компьютерной презентации доклада при защите выпускной квалификационной работы**

Презентация к ВКР – это краткое наглядное изложение информации по содержанию посредством программы Microsoft Power Point. Презентация ВКР представляет собой документ, отображающий графическую информацию, содержащуюся в выпускной квалификационной работе, достигнутые автором работы результаты и предложения по совершенствованию исследуемого объекта.

Компьютерная презентация даёт ряд преимуществ перед обычной, бумажно-плакатной. Она позволяет на современном уровне представить выполненные исследования, эстетично и эффектно показать выигрышные разделы ВКР, а с другой стороны, позволяет члену Государственной аттестационной комиссии одновременно изучать выпускную квалификационную (дипломную) работу и контролировать выступление докладчика.

Главными сюжетами слайдов презентации должны стать: **Титульный слайд**, на фоне которого студент произносит вводные фразы доклада и который даёт представление о теме работы, авторе. Фоном здесь не обязательно должен быть цвет, намного информативнее выглядит изображение, заставляющее зрителя сразу окунуться в суть исследования. Это заранее настраивает на тему и вызывает интерес слушателей.

**Цель работы** должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. **Задачи** могут быть представлены и на следующем слайде.

**Структура работы** – важный сюжет, который может быть представлен по-разному. Проще всего дать названия всех глав. Можно также представить

структуру в виде графических блоков со стрелками или иным образом интерпретировать содержание работы.

**Характеристика объекта исследования, суть решаемой проблемы** может быть представлена в виде схем, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов. На эту тему может быть несколько сюжетов и слайдов.

**Результаты исследования** можно продемонстрировать разными способами. Главное здесь представить материалы, которые характеризуют авторский вклад в исследуемую тему. Как правило, это самая значимая часть презентации студента.

**Возможности применения результатов работы в практике.** Это могут быть учебно-методические материалы, наглядные пособия, натурные объекты и т. д. Эта часть работы должна быть достойно представлена в презентации, особенно, при наличии педагогического эксперимента.

**Главные выводы** целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом следует избегать перечисления того, что было сделано (главной ошибки многих студентов), а лаконично изложить суть практической, а, возможно, и теоретической значимости полученных результатов.

В конце презентации желательно поместить титульный слайд, что позволит вести дискуссию не на фоне пустого экрана, а, находясь ещё под впечатлением услышанного, оставаться «в теме».

Рекомендуется не использовать в презентации ВКР больших фрагментов текста, особенно выполненного мелким, не доступным для чтения на расстоянии, шрифтом. Речь при этом не идёт о легенде карт и графиков. Текст произносит сам докладчик, а перегруженность слайдов текстовыми блоками создаёт неблагоприятное впечатление. Количество слайдов рекомендуется делать равным количеству минут, которые автор ВКР планирует выступить с докладом. Установлено, что средний темп восприятия

одного слайда составляет чуть менее одной минуты. Если презентация представляет собой часть работы, можно порекомендовать сделать предварительно выборку, включив в доклад обзор лишь нескольких слайдов из презентации. Презентация работы должна быть представлена таким образом, чтобы смысл работы был понятен даже человеку, который не имеет никакого отношения к проведённому исследованию.

### **Структура презентации ВКР**

#### **Слайд 1 – Титульный слайд**

Титульная страница необходима, чтобы представить аудитории тему доклада. На защитах необходимо также указывать фамилию и инициалы научного руководителя и учреждение.

На данном слайде указывается следующая информация:

- полное название образовательного учреждения;
- тема работы;
- ФИО студента;
- ФИО, квалификация и звание научного руководителя;
- место и год выполнения работы.

#### **Слайд 2 – Цель(и) и гипотеза**

#### **Слайд 3 – Задачи (исследовательские вопросы) работы**

#### **Слайд 4 – Объект и предмет исследования**

#### **Слайд 5 – Методология исследования**

#### **Слайд 6 – Определения основных понятий, изучаемых в работе**

#### **Слайды с результатами практического исследования**

#### **Слайды с общими выводами исследования**

Слайды с рекомендациями

Последний слайд – Спасибо за внимание!

В среднем количество слайдов в презентации выпускной квалификационной работы – 10 – 15. То есть презентация к защите выпускной квалификационной работы – это своего рода сокращённый тезисный доклад по докладу к защите диплома (ВКР).

### **Содержание**

**Актуальность** – обязательное требование к любой научной работе. То, как её автор умеет выбрать тему и насколько правильно он эту тему понимает и оценивает с точки зрения своевременности и социальной значимости, характеризует его научную зрелость и профессиональную подготовленность. Необходимо обосновать актуальность исследования и перечислить области применения вашей задачи. Можно для наглядности добавить чертежи, рисунки, фотографии и т. д.

При защите выпускной работы в докладе необходимо чётко сформулировать **цели, задачи, методы**. От формулировки научной проблемы и доказательства, что она ещё не полностью разработана и освещена в специальной литературе, логично перейти к формулировке цели исследования. Перечислить то, что надо было сделать в работе. Цели должны быть проверяемыми и чётко обозначены.

Необходимо указать конкретные **задачи** выпускной работы (3 – 5 задач), которые предстоит решать в соответствии с целью. Формулировку задач исследования необходимо сделать очень тщательно, поскольку описание их решения должно составить содержание глав выпускной работы.

Заголовки глав, как правило, соответствуют формулировкам задач предпринимаемого исследования

**Объект** – это процесс или явления, порождающие проблемную ситуацию и избранные дипломником для изучения.

**Предмет** – это то, что находится в границах объекта исследования в определённом аспекте рассмотрения.

### **Общие требования к оформлению**

- Минимум текста на слайде – он должен быть легко читаем.
- Максимум чертежей, рисунков и диаграмм – безупречно оформленных в стиле общего дизайна презентации.
- Дизайн презентации должен быть единый.
- Текст должен быть чётко виден на фоне, тёмный шрифт и светлый фон или наоборот.
- Особое внимание к деталям. Каждый элемент должен быть тщательно подготовлен: все рисунки очищены от лишних надписей, диаграммы подписаны и т. п., чтобы вам не приходилось объяснять, что и где изображено. Каждый слайд должен быть понятен.
- Немного привлекающих внимание зрителя элементов слайда.

### **Текстовые объекты**

Оптимальное число строк на слайде – от 6 до 11.

Перегруженность и мелкий шрифт тяжелы для восприятия.

Пункты перечней должны быть выполнены короткими фразами, оптимально – одна строка, максимум – две.

Шрифт Times New Roman не менее **24** пунктов.

Рекомендуемые *размеры шрифтов*:

– для заголовков – не менее 32 пунктов и не более 50, оптимально – **36** пунктов;

– для основного текста – не менее 18 пунктов и не более 32, оптимально – **24** пункта;

Не следует злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных), поэтому их допустимо использовать только для смыслового выделения небольших фрагментов текста.

Наиболее важный материал, требующий обязательного усвоения, желательно выделить ярче для включения ассоциативной зрительной памяти.

Для выделения информации следует использовать **цвет жирный** и/или *курсивный* шрифт.

Выделение подчёркиванием обычно ассоциируется с **гиперссылкой**, поэтому использовать его для иных целей не рекомендуется

Рекомендуется цветом или жирным шрифтом выделять те ключевые фрагменты, на которых Вы останавливаетесь при обсуждении.

Некоторую часть текстовой информации, содержащейся в дипломной работе, можно преобразовать в графическую форму. Например, если влияющие на исследуемый показатель факторы приводятся в дипломной работе в виде списка, то в презентации их лучше дать в виде схемы.

**Дизайн слайдов.** Оформление слайдов не должно отвлекать внимание от защищаемого – это всего лишь вспомогательный материал. Дизайн должен быть единый. Текст должен быть чётко виден на фоне.

**Вставка различных объектов на слайд.** В презентации желательны чертежи, рисунки, диаграммы и другой графический материал, иллюстрирующий основные положения проекта – наглядные и безусловно оформленные, обязательно в стиле общего дизайна презентации. Графики, рисунки и таблицы должны иметь названия и номера. Графика (рисунки, фотографии, диаграммы, схемы) должна органично дополнять текстовую информацию или передавать её в более наглядном виде. Оси координат и

столбцы таблиц должны иметь метки, содержащие названия величин. Для каждой величины должны быть указаны единицы измерения. Если имеется несколько кривых на одном графике (не более 5 – 6 штук), необходима легенда. Кривые должны быть хорошо различимы. На каждый рисунок и таблицу должна быть ссылка в тексте.

**Оформление таблиц и рисунков.** Таблицы и рисунки должны иметь названия и порядковую нумерацию. Нумерация таблиц и рисунков должна быть сквозной в презентации ВКР. Порядковый номер таблицы проставляется следующим образом: Таблица 1 – Название таблицы. В каждой таблице следует указывать единицы измерения показателей, и период времени, к которому относятся данные. Если единица измерения в таблице является общей для всех числовых табличных данных, то её приводят в правом верхнем углу после названия таблицы. Порядковый номер рисунка и его название проставляются под рисунком. Например, Рисунок 1 – Название рисунка.

**Вставка формул.** Все используемые обозначения должны сопровождаться их расшифровкой. Иногда нужен отдельный список обозначений и сокращений. Номер у формулы ставится только при необходимости сослаться на неё в дальнейшем.

**Оформление графиков и диаграмм.** Как правило, данные графических объектов не комментируются текстом, исключение могут составлять краткие выводы. Любой график или диаграмма имеют название, которое пишется под графиком или диаграммой. При построении графиков и диаграмм по осям координат откладываются соответствующие показатели, буквенные обозначения которых выносятся на концы координатных осей. При необходимости вдоль координатных осей делаются поясняющие надписи. Например, объяснение диаграммы в типичном случае: «По горизонтальной оси отложено ..., по вертикальной оси – .... Из представленной диаграммы видно, что...». В презентации не должно быть больших схем и таблиц. Если

очень необходимо, то поместите основные схемы и таблицы в раздаточный материал.

**Вставка видеофрагментов.** При необходимости в презентацию возможно вставить видеоролики.

**Анимация.** Не злоупотребляйте эффектами анимации. Оптимальной настройкой эффектов анимации является появление в первую очередь заголовка слайда, а затем – текста по абзацам. Если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране. В презентации следует использовать анимацию текстовых и графических объектов там, где она необходима по смыслу. Схемы и диаграммы рекомендуется строить также с элементами анимации.

**Настройка смены слайдов по щелчку.** Для слайдов следует назначить эффекты перехода. В рамках одного раздела презентации можно использовать один и тот же эффект перехода.

**Правила использования звукового сопровождения.** Звуковое сопровождение должно отражать суть или подчёркивать особенность темы слайда, презентации, оно не должно отвлекать внимание от основной (важной) информации. Не следует использовать музыкальное или звуковое сопровождение, если оно не несёт смысловую нагрузку.

Необходимо выбрать оптимальную громкость, чтобы звук был слышен всем слушателям, но не был оглушительным.

### **Библиографический список**

Перечень изученной, использованной и цитируемой литературы под названием Библиографический список в теоретической выпускной квалификационной работе располагается после заключения, а в практической – после творческой части. Приложения (если они есть) размещаются после списка литературы.

Библиографический список имеет сквозную нумерацию, внутри списка возможна различная группировка записей (печатные ресурсы, неопубликованные ресурсы, электронные ресурсы, источники, словари и т.д.).

Если в список входит литература на иностранных языках, она следует за литературой на русском языке.

Анализируемые в дипломной работе издания - подшивки газет, журналов, электронные издания – указываются, как правило, в конце списка – после отбивки.

Список литературы нужно оформлять в соответствии с установленными правилами (см. примеры ниже). Указывать издательство не обязательно. Но необходимо соблюдать принцип единообразия оформления: или вы нигде не указываете издательство, или указываете во всех источниках.

Библиография приводится с соблюдением следующих требований (как показано на примерах)

**Книги одного, двух, трех и более авторов. Например:**

Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000. 312 с.

Есин Б.И., Кузнецов И.В. Три века московской журналистики. М., 1997. 160 с.

Мастерство журналиста / Под ред. В.М. Горохова, В.Д. Пальта.  
М., 1977. 263 с.

Средства массовой информации постсоветской России. М., 2002. 303 с.

**Статья из периодического издания: журнала, газеты**

Райцын Н. В окопах торговых войн // Деловой мир. 1993. 7 окт. .Минтусов И.

Портрет делового человека // Проблемы теории и практики управления. 1992.  
№6. С. 14-15.

**Статьи из энциклопедии или словаря. Например:**

Бирюков Г.В., Гастев Ю. А., Геллер Е.С. Моделирование // БСЭ. 3-е изд. М.,  
1974. Т.16. С. 393-395.

Если в выпускной работе используются подшивки периодических изданий (за год, несколько лет, ряд номеров и т.д.), источники можно оформить так:

Аргументы и факты. 2005-2008.

Номер газетной страницы, на которой расположена статья, указывается в том случае, если объем издания составляет более 8 страниц.

### **Источники из Интернета**

В состав библиографических ссылок на электронные ресурсы включают сведения о дате обращения к электронному сетевому ресурсу, записывают после электронного адреса в круглых скобках: приводят слова «дата обращения», указывают число, месяц и год:

Жизнь прекрасна, жизнь трагична... [Электронный ресурс]: 1917 год в письмах А. В. Луначарского А.А. Луначарской / отв. сост. Л. Роговая; сост. Н. Антонова; Ин-т «Открытое общество». М., 2001. URL: <http://www.auditorium.ru/books/473/> (дата обращения: 17.04.2006).

1.[http:// www.abloud.blogspot.ru/2014/04/4g\\_30.html](http://www.abloud.blogspot.ru/2014/04/4g_30.html)

2.<https://www.beeline.tj>

3.<http://www.digimedia.ru>

4.<http://www.easttime.ru>

5.<http://www.inews.tj>

6.<http://www.kakprosto.ru>

7.[http:// www.khovar.tj/](http://www.khovar.tj/)

8.<http://forum.tajfile.tj/threads/internet-provajdery-tadzhikistana.49/>

9.<https://www.news.tj>

10.[http:// www.newsmir.info](http://www.newsmir.info)

11.[http:// www.romir.ru/](http://www.romir.ru/)

12.[https:// www.servernews.ru](https://www.servernews.ru)

13.<https://www.standardandpoors.com/>

14.[http://www.top20brands.ru/ru/brand/brand\\_beeline.html](http://www.top20brands.ru/ru/brand/brand_beeline.html)

15.<http://www.textarchive.ru>

16. <http://www.vectoreconomy.ru>

17. <https://ru.wikipedia.org/>

При наборе в Word Интернет-адрес зачастую становится ссылкой (синий шрифт и подчеркивание). Чтобы избежать этого, наведите курсор на адрес, нажмите правую кнопку мышки, щелкните «Удалить гиперссылку».

### **Перечень тем выпускных квалификационных работ по предмету "Основы рекламы"**

1. Правовое регулирование и саморегулирование рекламы. Ограничения на рекламу в этических кодексах и законах.
2. Стимулирование сбыта как вид маркетинговых коммуникаций: тенденции развития, основные разновидности, критерии эффективности.
3. Коммуникации в местах продаж: тенденции развития, основные разновидности, критерии эффективности.
4. Product Placement как вид маркетинговых коммуникаций: тенденции развития, основные разновидности, критерии эффективности.
5. Товарный знак как инструмент брендинга
6. Директ-маркетинг как вид маркетинговых коммуникаций: тенденции развития, основные разновидности, критерии эффективности.
7. Исторические аспекты развития рекламной деятельности в Липецкой области.
8. Социальная реклама: стратегии, тактика, оценка эффективности.
9. Радиореклама: основные разновидности, особенности восприятия, критерии эффективности.
10. Телевизионная реклама: основные разновидности, особенности

- восприятия, критерии эффективности.
11. Наружная реклама: основные разновидности, особенности восприятия, критерии эффективности.
  12. Реклама в прессе: основные разновидности, особенности восприятия, критерии эффективности.
  13. Интернет-реклама: основные разновидности, особенности восприятия, критерии эффективности.
  14. Современные методы бюджетирования рекламных кампаний.
  15. Креативные технологии в рекламе и методы поиска рекламных идей.
  16. Современные стратегии брендинга.
  17. Ребрендинг: опыт успешного и неудачного применения на российском рынке.
  18. Состояние и тенденции развития мирового и российского медиарекламных рынков.
  19. Современные коммуникационные агентства: основные разновидности, организационные структуры, особенности работы.

## Рекомендуемая литература

- 1.Белозор, А.Ф.Социальное партнерство государства и бизнеса — инструмент развития культуры - М., 2008.
- 2.Берлов А. PR для маленькой такой компании.- М. 2005.
- 3.Блэк С.Введение в паблик рилейшиз. - Ростов на Дону, 1998
- 4.Божук С.Г.Маркетинг – СПб.: Питер, 2006.
- 5.Буари Ф. А. Паблик рилейшиз, или стратегия доверия.- М., 2001.
- 6.Варакута С. А.Связи с общественностью - М.: ИНФРА - М., 2004.
- 7.Василенко А.Б.Пиар крупных российских корпораций.– М., 2007.
- 8.Вербицкий А. Эта выгодная благотворительность. - М., 2006
- 9.Викентьев И.Л . Приемы рекламы и public relations. - СПб, 1995.
- 10.Вуйма А. Чёрный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. — СПб.: 2005.
- 11.Галумов, Имидж против имиджа.- М.: Изд-во «Известия», 2005.
- 12.Горкина М. Б. Пять шагов от менеджера до PR - директора- М. 2007.
- 13.Гнетнев.А.И., Филь М.С. Современная пресс-служба. Учебник для вузов. М.: «Феникс», 2010.
- 14.Григорьев М. Интегрированные коммуникации: стратегический PR, маркетинг или что-то еще? - М., 2004.
- 15.ДжефкинсФрэнк, Ядин Дэниэл. Паблик рилейшиз: Учебное пособие для вузов - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

- 16.Доти Д. И. Паблицити и паблик рилейшиз. *Издание 2-е.*-М.: "Филинь", 1998.
- 17.Емельянов С.М.Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. – Спб.: Питер, 2007.
- 18.Засурский Я. Н. Система средств массовой информации России. - М.: Аспект Пресс, 2001.
- 19.ИльинскийС.В. Энциклопедический словарь PR и рекламы. 700 терминов–электронный ресурс - 2002.
- 20.Коляда Е. Промышленные гиганты по прицелом СМИ. Азбука PR крупных промышленных предприятий. – режим доступа: [http://4p.ru/theory/t\\_nn\\_0234.html](http://4p.ru/theory/t_nn_0234.html)
- 21.Кондратьев Э.В., Связи с общественностью: *учебное пособие для высшей школы.*– 3-е изд. – М. : Академический Проект, 2005.
22. Королько В.Г. Основы паблик рилейшиз. – М. "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2000.
- 23.Котлер Ф. Основы маркетинга. / *Перевод с английского В. Б. Боброва .* М., - Изд. "Прогресс", 1991
- 24.Катлип, Скотт, М., Сентер, Аллен, Х., Брум, Глен, М. Паблик рилейшиз. Теория и практика, 8-е изд. : Пер. с англ: Уч. пос. — М. : Издательский дом "Вильямс", 2003.
- 25.Кочеткова А. В. Теория и практика связей с общественностью: *Учебник для студентов вузов.* - Спб.: Питер, 2007.
- 26.Коханов Е.Ф. Теоретические и методологические основы PR-деятельности.- М.: РИП-холдинг, 2004.

- 27.Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. — 2-е изд., доп. — СПб: «Петербургское Востоковедение», 2002.
- 32.Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник для студентов вузов. - М.: Аспект-Пресс, 2006. -
- 28.Лысикова О.В.Имиджелогия и паблик рилейшиз в социокультурной сфере: учеб. пособие. – М.: Флинта: МПСИ, 2006.
- 29.Маркетинговые связи с общественностью – режим удаленного доступа: [www.barmashovks.ru](http://www.barmashovks.ru)
- 30.Маслова В.М.Связи с общественностью в управлении персоналом. – М., 2005.
- 31.Михайлов Ю.И. Связи с общественностью по-русски. – М.: 2007.
- 32.Милаева О.В., Питерова А.Ю. Учебное пособие Организация деятельности PR. - М., 2006.
- 33.Муллоев Ш.Б. Идеино-тематическое своеобразие таджикской публицистики времен Великой Отечественной войны (1941-1945гг.) Душанбе, РТСУ.-2013, 140 с.
- 34.Муллоев Ш.Б. Жанрово-тематическое своеобразие таджикской публицистики времен ВОВ (1941-1945гг.) Монография. Душанбе; РТСУ, 2015 303с. (18п.л.);
- 35.Муллоев Ш.Б. История таджикской журналистики. Учебно-методическое пособие Душанбе: РТСУ, 2014.-9 п.л. (в соавт с Салиховым Н.Н.)-100 экз.
- 36.Муллоев Ш.Б. Современная таджикская журналистика. Учебное пособие. Душанбе. РТСУ.-2016.-145С. (в соавторстве Рахимовым А.А.).
- 37.Муллоев Ш.Б. Жанровые особенности современных таджикских печатных и электронных СМИ 2000-2016гг. Учебное пособие для студентов

направления 43.03.02. «Журналистика». Министерство образования и науки РТ. - Душанбе.-2017. 296с. (в соавторстве).

38.Ньюсом Д.Все о PR. Теория и практика паблик рилейшиз. 7-е изд. - М.: 2001.

39.Орлова Т.М. Паблик Рилейшиз и реклама в маркетинге. Маркетинговые исследования в России. - 1996.

40.Парамонова Т. Н. Составляющие элементы системы маркетинговых коммуникаций.- 2005.

41.Пашенцев Е. Н.Паблик рилейшиз: от бизнеса до политики. М., 2000.

42.PR- в системе маркетинговых коммуникаций: *PR– энциклопедия – режим удаленного доступа*: [www.profirg.ru](http://www.profirg.ru)

43.Савруцкая Е.П. Что такое связи с общественностью: основные подходы и определения // PR в образовании - 2003. - №5. - С. 4-14.

44.Синяева И. М. Паблик рилейшиз в коммерческой деятельности: *Учебник/ И. М. Синяева; под. ред. проф. Г.А. Васильева*. - М.: Юнити, 1998.

45.Синяева И. М. Сфера PR в маркетинге: *Учебное пособие для студентов вузов/ И.М. Синяева, В.М. Маслова, В.В. Синяев*. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

46.Татарина Г.Н. Управление общественными. - Спб.: Питер, 2004.

47.Тарасов А.С.Современная пресс-служба. - М.: Изд-во МГИМО (У) МИД РФ, 2000.

48.Тимофеев М.И. «Связи с общественностью (Паблик рилейшиз)»: Учебное пособие. – М.: Издательство РИОР, 2005.

49.Умаров М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила. — М., 2016.

50. Управление персоналом: учебник для вузов / под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – М., 2005
51. Уткин Э.А. Управления связями с общественностью. PR. / Э.А. Уткин, В.В. Баядаев, В.М. Баяданова. – М.: ТЕИС, 2001.
52. Четвертков Н.В. Современная пресс-служба. Учебное пособие для студентов вузов, 2-е издание. М.: «Аспект Пресс», 2010.
53. Флягина И.А. Реклама как специфический вид массовой коммуникации и социокультурная динамика // Мир психологии. 2002. - №2.- С. 66-77
54. Чумиков А., Бочаров М. "Связи с общественностью теория и практика". - М.: 2006.
55. Шарков Ф.И. Паблик рилейшиз: Учебник. – 3 изд. – М.: Издат.-торгов. Корпорация «Дашков и К», 2009..
56. Шишкина М.А. Паблик рилейшиз в системе социального управления. – СПб.: Паллада-медиа и РУСИЧ, 2002.
57. Шомели Ж. Связи с общественностью. – СПб.: Нева, 2003.
58. Юдина Е. Н. Креативное мышление в. - М.: РИП - холдинг, 2005.
59. Ядов В.А. Методологические проблемы социальной психологии. - М.: Наука, 1975. - С. 89-105
60. Яковлев И.П. Паблик Рилейшиз в организациях. – СПб.: Петрополис, 1995.