

**Автономная некоммерческая организация
«Российская Академия Предпринимательства»**

Кафедра «Маркетинг и связи с общественностью»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**по подготовке и защите
выпускных квалификационных работ
для студентов специальностей**

080111.65 «Маркетинг»,

030602.65 «Связи с общественностью»

Москва
2011г.

Составитель: кандидат экономических наук, доцент И.Н. Солдатова;

Рецензент: доктор экономических наук, профессор Е.В. Омельченко

Утверждено на заседании Ученого совета Российской Академии предпринимательства (протокол № 1 от 28 августа 2010г.)

Содержание

Введение

1. Цель и задачи выпускной квалификационной работы
2. Требования к выпускной квалификационной работе
3. Порядок выполнения выпускной квалификационной работы
4. Выбор и утверждение темы выпускной квалификационной работы
5. Задание на выпускную квалификационную работу
6. Руководство и контроль за ходом выполнения выпускных квалификационных работ
7. Порядок защиты выпускной квалификационной работы
8. Структура выпускной квалификационной работы и основные требования к оформлению
 - 8.1. Структура выпускной квалификационной работы
 - 8.2. Основные требования к оформлению

Приложения

ВВЕДЕНИЕ

Выполнение выпускной квалификационной работы является завершающим и наиболее сложным этапом образовательного процесса в Высшей школе и важным инструментом итогового Государственного контроля качества образования.

Подготовка выпускной квалификационной работы направлена на развитие и закрепление у студентов навыков творческого и всестороннего анализа научной, методической и специальной литературы по выбранной проблематике; выработку умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и рекомендации.

Методические указания по выполнению выпускной квалификационной работы для студентов специальностей «Маркетинг», «Связи с общественностью» являются логическим продолжением рекомендаций по выполнению курсового проекта по дисциплинам «Основы маркетинга», «Управление маркетингом», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации» и «Теория и практика массовых коммуникаций», «Технологии PR», «Организация и проведение PR кампаний», образуя с последними методическое единство.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы студент должен не только отразить теоретические знания по вышеуказанным дисциплинам, которые формируют его специальность, но и исследовательскую рабо-

ту в области улучшения экономических показателей деятельности предприятий, организаций, кредитных организаций и улучшения аналитической работы.

В результате успешной защиты выпускной квалификационной работы, Государственной аттестационной комиссией принимается решение о присвоении студенту-дипломнику квалификации. На основании этого решения выдается документ о высшем образовании Государственного образца по соответствующей специальности.

В методических указаниях отражены цель и задачи выпускной квалификационной работы, ее тематика, требования к структуре и содержанию, состав и последовательность работ по оформлению и защите.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Целью выпускной квалификационной работы является закрепление, углубление и специализация знаний и навыков студента в области экономики и управления путем самостоятельного решения им реальных производственно-хозяйственных и управленческих проблем.

В работе решаются следующие задачи:

- самостоятельное исследование актуальных вопросов профессиональной деятельности;
- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний по специальным дисциплинам;
- углубление навыков ведения студентом самостоятельной исследовательской работы, работы с различной справочной и специальной литературой;
- овладение методикой исследования при решении разрабатываемых в выпускной квалификационной работе проблем;
- изучение и использование современных методов аналитической и проектной работы в области организационно-экономических систем.

Качество выполнения выпускной квалификационной работы определяется тем, насколько студент овладел навыками сбора исходной информации, ее обработки, анализа, а также формулировки научно обоснованных выводов, содержащихся в предлагаемых решениях. Студенту необходимо выработать навыки использования средств вычислительной техники, как в процессе выполнения исследований, так и при принятии решений, квалифицированно оформлять материалы, иллюстрирующие содержание выпускной квалификационной работы.

2. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

Выпускная квалификационная работа представляет собой самостоятельное комплексное научно-практическое исследование одной из актуальных про-

блем по специальности студента. Она должна отвечать следующим требованиям:

- ◆ работа должна быть написана на актуальную тему, направленную на решение задач, имеющих теоретическое и практическое значение;
- ◆ должна быть, как правило, научно-исследовательской работой студентов, выполняемой на протяжении всего периода обучения в академии;
- ◆ в ней должна быть раскрыта экономическая сущность исследуемой проблемы или экономической категории, показана ее роль в реализации решений правительства, направленных на дальнейшее развитие рыночной экономики для повышения эффективности общественного производства;
- ◆ работа должна быть написана самостоятельно и отличаться творческим подходом к действующей на предприятиях практике управления маркетингом;
- ◆ раскрытие темы должно быть конкретным, насыщенным фактическими данными, а материалы, почерпнутые из литературных источников, должны быть изложены применительно к рассматриваемой теме. Цитаты должны приводиться в кавычках со ссылкой на первоисточники ;
- ◆ должен быть представлен краткий обзор специальной литературы по теме выпускной квалификационной работы, освещены различные точки зрения по затронутым в работе дискуссионным вопросам и обязательно сформулирована собственная точка зрения, позиция автора при этом должна быть обоснована;
- ◆ работа должна быть выполнена как самостоятельное и законченное научное исследование с элементами новизны, имеющее практическую значимость;
- ◆ в работе должны быть представлены конкретные предложения, направленные на совершенствование методологии управления маркетингом и PR, выявления резервов дальнейшего повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятия;
- ◆ содержащиеся в работе теоретические и практические материалы должны быть изложены логически последовательно, а выводы и предложения сформулированы ясно и убедительно;
- ◆ работа должна быть написана экономически грамотным языком и правильно оформлена.

При завершении выпускной квалификационной работы студентам рекомендуется проверять подготовленный материал на соответствие представленным требованиям.

3. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

ВКР выполняется в соответствии с учебным календарным планом, в котором указываются конкретные сроки выполнения отдельных этапов, сроки сдачи завершённой работы и её защиты.

Подготовка и защита дипломной работы состоят из следующих последовательных этапов:

- выбор темы ВКР;
- подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме;
- составление первоначального варианта плана ВКР;
- изучение отобранной литературы и ознакомление с действующей практикой управления маркетингом и PR применительно к выбранной теме;
- составление окончательного варианта плана ВКР, согласование его с научным руководителем и утверждение;
- сбор и обработка фактического материала в сочетании с литературными источниками;
- написание отдельных глав работы и представление их в установленные сроки научному руководителю;
- доработка отдельных глав в соответствии с замечаниями научного руководителя;
- подготовка работы и доклада для предзащиты выпускной квалификационной работы на кафедре «Маркетинг и связи с общественностью»;
- доработка работы в соответствии с замечаниями членов кафедры «Маркетинг и связи с общественностью», полученными в ходе процедуры предзащиты;
- представление научному руководителю завершённой и оформленной выпускной квалификационной работы и получение его заключения – отзыва – не позднее, чем за две-три недели до защиты;
- передача работы на внешнее рецензирование не позднее, чем за две недели до защиты;
- представление ВКР с рецензией и отзывом научного руководителя заведующему кафедрой «Маркетинг и связи с общественностью» на утверждение - не позднее, чем за неделю до защиты;
- подготовка доклада для защиты ВКР на заседании Государственной экзаменационной комиссии;
- защита ВКР.

4. ВЫБОР И УТВЕРЖДЕНИЕ ТЕМЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Тематика работ определяется программами дисциплин «Основы маркетинга», «Управление маркетингом», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» (Приложение 1) и «Теория и практика массовых коммуникаций», «Технологии PR», «Организация и проведение PR кампаний» (Приложение 2) При формировании тематики выпускных квалификационных работ учитывались следующие факторы:

- актуальность темы выпускной квалификационной работы;
- соответствие темы целям и задачам выпускной квалификационной работы;
- соответствие темы научному профилю кафедры;
- обеспеченность исходными данными, литературными источниками;
- соответствие темы индивидуальным способностям и интересам студента;
- разнообразие тематики выпускных квалификационных работ.

При выборе темы работы желательно сохранять преемственность между ней и темами выполненных курсовых проектов, что обеспечивает глубокое, всестороннее и последовательное изучение студентом актуальных проблем в области маркетинга и связей с общественностью.

Тема работы может быть рекомендована кафедрой или организацией, в которой студент проходит практику. Студент может предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее разработки. По согласованию с заведующим кафедрой, тема, предложенная студентом, утверждается на заседании кафедры.

Выбранная тема должна в наибольшей степени отвечать профессиональным интересам и личным наклонностям студента, возможностью быть разработанной на конкретных материалах, полученных в организации, где он работает или будет проходить практику.

Очень важно, чтобы, по возможности ВКР выполнялась по заказу организации – базы преддипломной практики. Заинтересованность базы практики в выпускной квалификационной работе создает благоприятные условия для получения всесторонней помощи со стороны ее работников, облегчает процесс сбора материала, способствует практической реализации рекомендаций дипломника по совершенствованию экономической работы, выдвинутых в ВКР.

При выборе темы необходимо принимать во внимание специфику производства и производственного цикла на предприятии. Это связано с тем, что возможность выполнения ВКР во многом зависит от характера и масштабов работы того или иного предприятия, его отраслевой принадлежности и наличия необходимой информационной базы.

Тема выпускной квалификационной работы корректируется в зависимости от места преддипломной практики. Таким образом, выпускная квалификационная работа пишется на примере предприятия, на котором студент проходит практику.

Выполнение работ на теоретические темы может быть разрешено кафедрой в порядке исключения.

Руководитель выпускной квалификационной работы назначается заведующим кафедрой и утверждается на заседании кафедры. При назначении руководителя выпускной квалификационной работы необходимо учитывать соответствие темы работы научно-исследовательскому профилю и квалификации руководителя. Руководителями выпускной квалификационной работы могут быть профессора, доценты, старшие преподаватели выпускающей кафедры, а также научные сотрудники и высококвалифицированные специалисты сторонних организаций.

Закрепление за студентом темы работы осуществляется по его письменному заявлению на имя заведующего выпускающей кафедры (Приложение 3). Выпускающая кафедра готовит соответствующий приказ по выполнению работ

на текущий год, в котором за каждым студентом закрепляется тема и руководитель выпускной квалификационной работы.

5. ЗАДАНИЕ НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ

Задание на выпускную квалификационную работу составляется по установленной форме (Приложение 4) руководителем и выдается студенту. В нем должны быть указаны: тема работы, срок сдачи студентом законченной работы, перечень исходных данных к выпускной квалификационной работе, перечень разделов ВКР, консультанты по проекту, дата выдачи задания.

В разделе «Тема» указывается полное наименование темы в соответствии с приказом ректора, дата и номер приказа.

Срок сдачи студентом законченной работы определяется числом, месяцем и годом завершения работы и представления ее на кафедру для подписи.

В разделе «Исходные данные» необходимо указать полное наименование организации, являющейся базой преддипломной практики, перечень материалов, которые требуется собрать на практике, основная научная литература.

В разделе «Перечень разделов ВКР» необходимо привести краткий перечень вопросов по каждому из разделов работы.

Дата выдачи задания определяется числом, месяцем и годом получения студентом данного задания.

6. РУКОВОДСТВО И КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

Общее руководство и контроль за разработкой работ осуществляет выпускающая кафедра. Заведующий кафедрой назначает руководителями выпускных квалификационных работ преподавателей кафедры, а также, привлекает высококвалифицированных специалистов организации.

Руководитель выпускной квалификационной работы проводит следующие мероприятия в течение всего периода выполнения выпускной квалификационной работы:

- выдает студенту задание на выполнение работы до начала преддипломной практики, которое в дальнейшем уточняется и корректируется;
- оказывает помощь студенту в сборе и обобщении необходимых материалов;
- систематически консультирует студента;
- контролирует выполнение студентом всех разделов работы в сроки, установленные графиком;
- осуществляет общий контроль, за ходом выполнения работы и предоставляет сведения о степени ее готовности выпускающей кафедре;
- представляет законченную работу со своим отзывом (Приложение б) заведующему кафедрой для направления на защиту;
- участвует в заседании Государственной аттестационной комиссии (ГАК) при защите работы.

В целях повышения качества выполнения выпускной квалификационной работы за 3-4 недели до защиты проводится предзащита ВКР на кафедре. Студент должен предоставить комиссии готовую работу и доклад по теме ВКР. Комиссия из состава ППС кафедры заслушивает доклад студента по основным положениям его ВКР и выносит свои замечания по содержанию ВКР, которые студент должен оперативно устранить.

После доработки ВКР в соответствии с замечаниями, полученными в ходе предзащиты, студент предоставляет готовую работу в печатном и электронном виде научному руководителю.

Научный руководитель, а также заведующий кафедрой оставляют за собой право проверить текст ВКР на предмет плагиата с помощью соответствующей компьютерной программы или других доступных способов.

Руководитель подписывает титульный лист, оформляет отзыв.

Научный руководитель дает свое разрешение на допуск к защите в форме письменного отзыва (Приложение б). В случае нарушения студентом требований руководителя при написании работы, а также при обнаружении заимствований из работ, защищенных ранее, ВКР не допускается к защите, а

руководитель представляет аргументацию своего решения в письменном виде. Текст отзыва вкладывается в конверт, который приклеивается к внутренней стороне твердой обложки ВКР.

После этого дипломник получает направление на рецензирование и, представляет ВКР рецензенту. Состав рецензентов утверждается ректором РАП по представлению заведующего кафедрой. В качестве рецензента может выступать специалист, имеющий высшее экономическое образование, профиль работы которого соответствует проблематике дипломной работы.

В письменном отзыве рецензента на выпускную квалификационную работу (Приложение 7) должны отмечаться:

- актуальность темы;
- соответствие выполненной работы заданию;
- использование в работе последних достижений в области экономики, организации производства, разработке и принятии управленческих решений, экономико-математического моделирования, вычислительной техники и других областях науки и техники;
- соответствие выполненной работы требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам;
- оригинальность, новизна, глубина и обоснованность решений;
- возможность практического использования полученных результатов;
- слабые стороны работы и ее недостатки;
- качество оформления работы.

Письменный отзыв рецензента завершается общим выводом о возможности присвоения автору проекта квалификации по соответствующей специальности.

В рецензии указывается место работы и должность рецензента, а его подпись должна быть заверена подписью представителя администрации и печатью организации, в которой работает рецензент. Эти же требования предъявляются к отзыву, если научный руководитель не является преподавателем Российской Академии предпринимательства. Может быть использован бланк учреждения (организации).

Основное отличие отзыва от рецензии состоит в том, что в отзыве оценивается работа студента в период написания работы, его трудолюбие, умение,

подготовленность, знание законов и т.п. Рецензия же содержит оценку непосредственно самой дипломной работы, анализ ее основных положений, подходов к раскрытию темы, обоснованность выводов и т.п.

Выпускная квалификационная работа с рецензией направляется в ГАК.

Отзыв и внешняя рецензия оглашаются на заседании Государственной экзаменационной комиссии после доклада дипломника. Окончательную оценку дает Государственная экзаменационная комиссия.

Полностью готовая работа вместе с отзывом, рецензией и электронным носителем работы сдается студентом на кафедру для окончательного контроля и получения подписи и заключения о допуске к защите заведующего кафедрой.

Если ВКР подписана заведующим кафедрой, то она допускается к защите. Задание, отзыв, рецензия не подшиваются в работу, а вкладываются в конверт, вклеенный на внутреннюю страницу жесткого переплета ВКР. Так же в конверт вкладывается электронный носитель (диск или флэшка) с текстом ВКР. Подписанная заведующим кафедрой работа и сопровождающие ее документы лично представляются студентом в установленные сроки на кафедру, которая представляет ее Государственной экзаменационной комиссии в день защиты.

7. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Состав членов ГАК и график ее работы утверждаются ректором не позднее, чем за месяц до начала работы комиссии, период работы ГАК предусматривается учебным планом.

При подготовке к защите работы студент должен составить тезисы доклада или доклад и согласовать его с руководителем работы, при этом он должен включать:

- полное наименование темы работы и обоснование ее актуальности;
- цели и задачи, поставленные студентом при разработке работы;
- краткий анализ экономического состояния объекта исследования;
- направления и возможности оптимизации системы управления и объекта исследования в соответствии с целями и задачами работы;
- поиск и принятие решений и обоснование их эффективности;

- практическая реализация и апробация разработок;
- заключение о возможности реализации предложений работы и их дальнейшее развитие.

На выступление студента дипломника отводится до 8 минут.

Выступление должно быть увязано с представленными графическими материалами, на которые необходимо сослаться во время доклада. Целесообразно указанные материалы оформить на листах бумаги формата А4 и раздать перед защитой каждому члену ГЭК. Листы должны быть пронумерованы и иметь титульный лист с указанием темы ВКР, фамилии, имени отчества студента и научного руководителя.

При подготовке доклада следует внимательно ознакомиться с отзывом руководителя и рецензией. Особое внимание следует уделить отмеченным в них замечаниям и заранее подготовиться к ответу на них.

Желательно, чтобы дипломник излагал основное содержание своей работы свободно, не читал письменного текста. Дипломник должен до защиты согласовать с научным руководителем тезисы своего выступления, обратив особое внимание на ответы по замечаниям рецензента. Тезисы рекомендуется до защиты несколько раз внимательно прочитать вслух, чтобы убедиться, что дипломник сможет уложиться в отведенное для выступления время.

На заседание ГАК приглашаются руководители работ, рецензенты, все желающие.

Перед защитой секретарь ГАК передает выпускную квалификационную работу и прочие документы председателю комиссии, после чего приглашает студента и зачитывает соответствующие документы, после этого слово для доклада представляется дипломнику. После окончания доклада дипломнику задаются вопросы, на которые он обязан дать полные и исчерпывающие ответы, демонстрируя умение быстро ориентироваться в различных вопросах и уровень профессиональной подготовки, при этом студенту разрешается пользоваться пояснительной запиской и графическими материалами. Вопросы могут быть заданы как членами ГАК, так и другими лицами, присутствующими на защите.

Следует иметь в виду, что ответы на вопросы, их полнота и глубина влияют на оценку ВКР, поэтому ответы надо тщательно продумать.

После ответов на вопросы секретарь ГАК зачитывает отзыв рецензента, с которым дипломник должен быть предварительно ознакомлен. Дипломнику предоставляется заключительное слово, в котором он отвечает на замечания рецензента. Далее слово может быть предоставлено членам ГАК, руководителю работы и рецензенту для кратких выступлений.

По окончании публичной защиты Государственная аттестационная комиссия на закрытом заседании обсуждает результаты защиты.

ГАК принимает решение о присвоении студенту-дипломнику квалификации, после чего происходит объявление результатов защиты.

В тех случаях, когда защита выпускной квалификационной работы признана неудовлетворительной, Государственная аттестационная комиссия устанавливает, может ли студент представить к повторной защите эту же работу с доработкой, определяемой комиссией, или же он должен разработать новую тему, которая устанавливается выпускающей кафедрой.

Дипломник, не защитивший работу, допускается к повторной защите в течение трех лет после окончания ВУЗа при условии представления положительной характеристики с места работы, отвечающей профилю специальности.

Для студента, не защитившего выпускную квалификационную работу по уважительной причине, в сроки, установленные для работы ГАК, заведующим кафедрой может быть назначено специальное заседание комиссии в течение того периода, на который утверждены составы ГАК.

Решение ГАК о присвоении квалификации объявляется приказом ректора, после чего выпускнику вручается диплом.

Защищенные выпускные квалификационные работы сдаются под расписку на кафедру и затем хранятся в архиве.

8. СТРУКТУРА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ

8.1. СТРУКТУРА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Выпускная квалификационная работа включает: введение, две или три главы, подразделяемые на параграфы (не менее двух), заключение, список использованной литературы и приложения.

Полностью структура ВКР может быть представлена следующим образом:

- титульный лист;
- задание на ВКР (вкладывается в конверт);
- аннотация;
- содержание;
- введение;
- теоретическая часть
- аналитическая часть
- разработка и обоснование предложений
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Структура ВКР определяет ее содержание и объем, который должен составлять не менее 85 – 105 машинописных страниц, без учета приложений.

Титульный лист является первой страницей, оформляется на типовом бланке Российской Академии предпринимательства (Приложение 8). Руководителя работы, заведующего кафедрой, необходимо называть с указанием их ученых степеней и звания.

Задание на ВКР оформляется на бланке установленной формы с указанием даты выдачи задания, сроков написания глав и даты сдачи законченной работы (Приложение 4).

Аннотация представляет собой изложение краткого содержания ВКР, основной идеи и характера рассматриваемых в ней проблем (Приложение 5). Аннотация выполняется в двух экземплярах, рекомендуемый объем – 0,3-0,5 страницы. Один экземпляр брошюруется в пояснительную записку (ВКР) перед содержанием, второй - сдается на выпускающую кафедру.

Содержание ВКР (план) включает введение, название глав и параграфов, заключение, список использованной литературы с указанием страниц, с которых они начинаются.

Основная часть ВКР состоит из введения, трех глав и заключения. В каждой главе должно быть включено не менее двух параграфов, раскрывающих суть и содержание главы с теоретической и практических точек зрения.

Во **введении**, на двух – трех страницах следует раскрыть основное содержание, теоретическое и практическое значение выбранной темы.

В этой части работы обосновывается выбор темы, показывается ее актуальность, определяются цели и формируются задачи исследования, обозначается объект и предмет исследования, гипотеза, а также временной отчетный период. Здесь же определяются теоретические и методические основы исследования, а также ее информационное обеспечение.

Обоснование **актуальности темы исследования** — одно из основных требований, предъявляемых к квалификационной работе студента-выпускника.

Для студента-выпускника выбор темы исследования начинается прежде всего с выбора наиболее интересующего его предмета из ранее изученный, а также с учетом его интересов в дальнейшей профессиональной деятельности.

Актуальность может быть определена как значимость, важность, приоритетность среди других тем и событий, злободневность.

Студент-выпускник должен кратко обосновать причины выбора именно данной темы, охарактеризовать особенности современного состояния экономики, управления, права и других общественных явлений, которые актуализируют выбор темы. Необходимо также обосновать недостаточность ее разработанности в научных исследованиях, необходимость изучения проблемы в новых современных социально-экономических, политических, законодательных и иных условиях и т.д.

Выбор темы квалификационной работы и обоснование ее актуальности (значимости) представляет собой одну из важнейших и сложнейших задач квалификационной работы. Умение сформулировать тему исследования и впоследствии доказать

ее актуальность является первым шагом к успешной защите квалификационной работы.

Нередко **объект исследования** определить достаточно сложно из-за множественности понятий, предметов, связей в различных видах деятельности. Объект исследования может одновременно претендовать и на сферу общественной жизни, и на сферу биологии, естествознания, например, природопользование. Определение же **предмета исследования** – это прежде всего в какой-то мере уточнение "места и времени" действия. Исследователь как бы заявляет — да, я знаю, что существуют другие свойства и другие отношения, другие связи и другие отношения, но мои "интересы — здесь" и я избрал именно эту сферу (этот предмет) и здесь будет проходить все действие.

Другими словами, **предмет исследования** — это определенный элемент общественной жизни (реальности), который обладает очевидными границами либо относительной автономностью существования. Объект отражает проблемную ситуацию, рассматривает предмет (аспект) исследования во всех его взаимосвязях. Проще говоря, это определенная область реальной действительности либо сфера общественной жизни (социально-экономической, политической, организационно-правовой и т.д.).

Объект исследования всегда шире, чем его предмет.

Если объект — это область деятельности, то предмет — это изучаемый процесс в рамках объекта исследования.

ПРИМЕР:

Тема: «Анализ и совершенствование системы управления предприятием на примере дирекции по авиационной безопасности открытого акционерного общества «Международный аэропорт Шереметьево»

Объект исследования – система управления ОАО «Международный аэропорт Шереметьево» и в частности Дирекция по авиационной безопасности, входящей в состав акционерного общества.

Предмет исследования – процессы и отношения внутри системы управления Дирекции по авиационной безопасности, связи между структурными подразделениями.

Именно на предмет исследования направлено основное внимание студента-выпускника, именно предмет определяет тему квалификационной (дипломной) ра-

боты.

Для его исследования (предмета) формулируются **цель, задачи и гипотеза**.

Цель исследования — это мысленное предвосхищение (прогнозирование) результата, определение оптимальных путей решения задач в условиях выбора методов и приемов исследования в процессе подготовки квалификационной (дипломной) работы студентом-выпускником.

Задачи исследования квалификационной (дипломной) работы определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути) решения проблемы исследования по достижению основной цели.

Гипотеза исследования — это научно обоснованное предположение о причинах или закономерных связях каких-либо явлений или событий природы, общества, мышления.

Как правило, гипотеза высказывается на основе ряда подтверждающих её наблюдений (примеров), и поэтому выглядит правдоподобно. Гипотезу впоследствии или доказывают, превращая её в установленный факт, или же опровергают (например, указывая контрпример), переводя в разряд ложных утверждений.

Метод исследования — это способ получения достоверных научных знаний, умений, практических навыков и данных в различных сферах жизнедеятельности. Метод — это совокупность приемов. Другими словами, прием — это часть метода.

Например, при исследовании возможно использовать следующие методы:

- изучение и анализ научной литературы;
- изучение и обобщение отечественной и зарубежной практики;
- моделирование, сравнение, анализ, синтез, интервьюирование и т.д.

Заключение должно содержать сжатые на двух – трех страницах, выводы и предложения, направленные на улучшение организации маркетинговой и PR деятельности и повышение эффективности хозяйствования.

Выводы и предложения должны вытекать из проведенного анализа тех или иных вопросов в тексте ВКР.

Теоретические и практические выводы и предложения в более подробном варианте могут содержаться в конце каждой главы, для придания им логического завершения, а в заключении они должны носить обобщающий характер и излагаться четко и лаконично. Из текста заключения должен вытекать общий вывод о том, что цели и задачи ВКР полностью достигнуты и решены, выдвинутая гипотеза подтверждена или опровергнута. Заключение завершается оценкой перспектив исследуемой проблемы в целом.

Список используемой литературы должен быть оформлен в соответствии с принятыми стандартами и содержать не менее 30 наименований источников научной, учебной и нормативно – справочной литературы. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке ВКР и на которые имеются ссылки в основной части работы. ВКР должна строиться на актуальных (современных) источниках. Отсутствие в ВКР ссылок на современные (до 3-х лет) источники считается грубой ошибкой, поскольку выдает незнание современных работ по выбранной тематике.

Приложения содержат информационный и вспомогательный материал, не включенный в состав основной части работы

Указанный материал включается в приложение в целях сокращения основной части дипломной работы. Приложения нумеруются отдельно и их страницы не входят в общий объем работы. Связь приложений с текстом осуществляется с помощью последовательных ссылок, например: (Приложение 1) по мере написания работы. Конкретный состав приложений, их объем, включая иллюстрации, определяется по согласованию с научным руководителем.

Предложенная структура ВКР является типовой, носит рекомендательный характер и служит основанием для составления плана по конкретной теме с учетом ее специфики, объекта исследования, сферы деятельности, комбинаций рассматриваемых направлений и проблем.

Все главы и параграфы ВКР должны обладать логическими взаимосвязями: по содержанию работы, по структуре и симметричному количеству параграфов.

8.2.ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ

Оформление выпускной квалификационной работы должно удовлетворять следующим требованиям:

- Шрифт Times New Roman Cyr, черный.
- Кегль 14 для основного текста, для таблиц –12 или 14 на усмотрение автора.
- Заголовки разделов, содержание, введение, заключение, список литературы выполняются жирным шрифтом кегль 16 заглавными буквами без точки в конце, не подчеркивая,
- Названия подразделов выполняются жирным шрифтом кегль 16 с заглавной буквы прописными без точки в конце, не подчеркивая,
- Выравнивание заголовков по центру без абзацного отступа (образец 1)

Образец 1

1 ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА

1.1 Понятие и принципы маркетинга

- Введение, разделы, заключение, список литературы начинаются с нового листа, подразделы по тексту.
- Заголовки подразделов и пунктов отделяют от предыдущего текста просветом равным двум межстрочным интервалам. Расстояние до последующего текста 1,5 интервал.
- Выравнивание абзацев по ширине. Абзацный отступ 1,25 см.
- Межстрочный интервал 1,5, в таблицах может использоваться интервал 1.
- Параметры страницы: левое поле –30мм, правое –15мм, верхнее и нижнее – 20мм.
- Основную часть работы следует делить на разделы и подразделы и пункты. При делении текста на пункты необходимо, чтобы каждый пункт содержал законченную информацию
- Введение и заключение в содержании не нумеруются. Слово страница или стр. не пишется. Заполнение промежутка между текстом и но-

мером страницы точки (...). Страницы должны быть выровнены по правому краю.

- Качество напечатанного текста, оформления таблиц и иллюстраций должно удовлетворять требованию их четкого воспроизведения. При выполнении работы необходимо соблюдать равномерную плотность, контрастность и четкость.
- Опечатки, описки и графические неточности не допускается исправлять закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста черными чернилами, пастой или тушью – рукописным способом.
- Фамилии, названия учреждений, организаций, названия изделий и другие имена собственные в работе приводятся на языке оригинала. Допускается транслитеровать имена собственные на язык отчета с добавлением (при первом упоминании) оригинального названия.
- Разделы, подразделы и пункты следует нумеровать арабскими цифрами. Номер подраздела или пункта включает порядковый номер раздела и подраздела разделенный точкой. После номера раздела, подраздела в тексте точку не ставят.
- Страницы следует нумеровать арабскими цифрами соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номер страницы проставляют внизу, в середине. Шрифт Times New Roman, кегль 12.
- Номер страницы на титульном листе, аннотации и листе содержания не ставится, но страницы считаются, соответственно, первый раз номер страницы ставится на введении (4 стр.).
- Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах включаются в состав приложений.

Выпускные квалификационные работы, как правило, насыщены цифровым материалом. В зависимости от задач исследования это могут быть данные о явлении, которое изменяется во времени (временные ряды) или в пространстве. Цифровой материал необходимо оформлять в виде таблиц.

К таблицам в выпускных квалификационных работах предъявляется ряд требований.

1. Название таблицы следует помещать над таблицей выравнивание по левому краю, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире (образец 2).

2. Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другой лист слово «таблица» и ее номер не указывается, а прописывают «Продолжение таблицы 2.1». Если есть только начало и окончание таблицы, то прописывают «окончание таблицы 2.1» (образец 2,3)

Образец 2

Таблица 2.1 – Динамика основных технико-экономических показателей

Показатели	Ед. изм.	2002г.	2003г.	2004г.	Базисные темпы роста к 2002г.	
					2003г.	2004г.
1	2	3	4	5	6	7
Выручка от реализации	тыс. руб.					
Численность	чел.					

Окончание таблицы 2.1

1	2	3	4	5	6	7
Рентабельность	%					
Прибыль	тыс. руб.					

или

Образец 3

Таблица 2.1 – Динамика основных технико-экономических показателей

Показатели	Ед. изм.	2002г.	2003г.	2004г.	Базисные темпы роста к 2002г.	
					2003г.	2004г.
Выручка от реализации	тыс. руб.					
Численность	чел.					

Окончание таблицы 2.1

Показатели	Ед. изм.	2002г.	2003г.	2004г.	Базисные темпы роста к 2002г.	
					2003г.	2004г.
Рентабельность	%					
Прибыль	тыс. руб.					

3. Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой в пределах одной страницы, при этом повторяется боковик (образец 4).

Образец 4

Таблица 3.2 - Динамика и структура себестоимости

Показатель	1997г.		1998г.		1999г.	
	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу
1	2	3	4	5	6	7
Основные материалы						
Вспомогательные материалы						
Прочие						
Итого						
Показатель	2000г.		2001г.		2002г.	
	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу
1	2	3	4	5	6	7
Основные материалы						
Вспомогательные материалы						
Прочие						
Итого						

4. Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, то его после первого написания допускается заменять кавычками; если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «то же», а далее кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических символов не допускается.

5. Таблицы, кроме таблиц приложения, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах разделов, номер таблицы должен состоять из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой (образец 4).

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

7. Таблицы со всех сторон ограничивают линиями. Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается.

8. Оформление единиц измерения в таблицах подчиняется следующим правилам:

- если единица измерения единая для всех показателей, то она выносится в заголовок таблицы ;
- если единица различна в рамках подлежащего, то она приводится к каждому показателю через запятую;
- если единица измерения не одинакова для всех показателей, то она проставляется в соответствующих графах.

9. В графы или строки могут быть введены условные обозначения:

- при отсутствии явления пишется прочерк (-);
- если нет информации о явлении, ставится многоточие (...) или пишется «нет сведений»;
- если изучаемое значение признака не имеет осмысленного содержания, то графа (строка) перечеркивается «X»;
- при наличии информации по изучаемому явлению, числовое значение которого составляет величину меньше принятой в таблице точности, принято записывать 0,0.

10. Одинаковая степень точности (количество знаков после запятой) обязательна для всех данных одной таблицы. Когда одна величина превосходит другую многократно, полученные результаты следует выражать не в процентах, а в разгах. Например, вместо 680% следует писать «в 6,8 раза больше».

11. Если в таблице наряду с аналитическим материалом автора приводится справочный материал, требуется ссылка на источник.

12. Выделение жирным в таблицах не допускается.

13. Ссылку на таблицу по тексту делать следующим образом:

...По данным таблицы 2.1, можно сделать вывод, что в управленческой структуре...

...Показатели рентабельности компании имеют положительную динамику (табл.2.2)...

Требования к оформлению рисунков и приложений.

- Приложения независимо от содержания (схема, таблица, диаграмма и т.д.) нумеруются в порядке их расположения по тексту.

- На одном листе формата А4 не должно располагаться более одного приложения;

- Когда одно и то же приложение состоит из нескольких листов оно нумеруется следующим образом: первый лист – Приложение 7; второй лист, третий и последующие – Продолжение приложения 7; последний лист – Окончание приложения 7.

- Страницы в Приложениях не проставляют.

- Графики, схемы и диаграммы должны иметь заголовки, который помещается выше иллюстрации. Заголовок выполняется шрифтом Times New

Roman Cyr 14 жирный, выравнивание по центру. Нумерация иллюстраций сквозная в пределах разделов. Номер указывается ниже иллюстрации, перед ним пишут слово рисунок (образец 5).

Образец 5

Динамика коэффициентов ликвидности

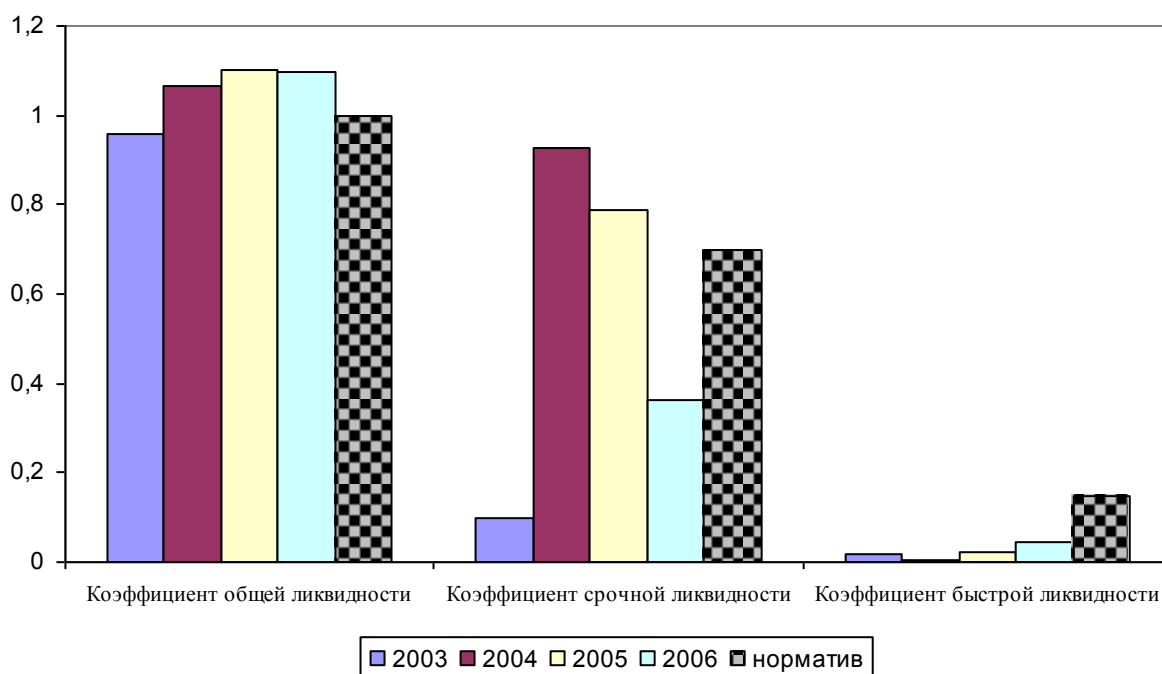


Рисунок 2.3

- Рисунки выполняются в выпускной квалификационной работе как в цветном так и в черно-белом (используя различные виды штриховок и заливок) варианте.

- Область построения диаграммы заливается белым.

- В графиках и диаграммах необходимо подписывать оси координат.

- «Легенды» графиков и диаграмм располагаются справа либо снизу относительно области построения.

Требования к оформлению формул.

1. Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должен быть оставлен дополнительный интервал перед и после абзаца 12 пт.

2. Если формула или уравнение не умещается в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства или других математических знаков, причем знак в начале новой строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем умножение, применяют знак (x).

3. Вставляется формула в текст выпускной квалификационной работы объектом Microsoft Equation.

4. Выравнивание формулы по центру.

Образец 6

$$K = \frac{K1\phi + \frac{3}{T} \cdot (K1\phi - K1н)}{K1норм} \quad (1.10)$$

где: $K1\phi$ - фактическое значение (в конце отчетного периода) коэффициента текущей ликвидности;

$K1н$ - значение коэффициента текущей ликвидности в начале отчетного периода;

5. Пояснения значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

6. Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах разделов в круглых скобках в крайнем правом положении на строке (образец 6).

7. Ссылки в тексте на порядковые номера формул даются в скобках. Например, ... в формуле (3.1).

Требования к оформлению списка литературы.

Первыми в списке литературы идут нормативно-законодательные документы, затем учебники, монографии и т.д. по алфавиту авторов. Далее периодические издания, источники на иностранных языках. Завершают список литературы Интернет ресурсы.

1. Примеры библиографического описания законодательных актов.

Конституция

Конституция Российской Федерации: Принята 12 декабря 1993г. – М.: Юрид.Лит., 1997г. 63с.

Кодекс

Налоговый кодекс РФ часть первая от 31 июля 1998г. № 146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000г. № 117-ФЗ – Владивосток.: Издательство «ЛАИНС», 2003г. – 528с.

Постановление

О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий : Постановление правительства РФ от 20.05.94г. № 498//БД “Кодекс”

Указ

Об очередном этапе предварительной компенсации вкладов отдельных граждан Российской Федерации в Сберегательном банке РФ, обесценившихся в 1992-1995 годах: Указ Президента РФ // Рос. Газета. – 1997г. – 3дек. с.4.

2. Примеры библиографических описаний книг, сериальных изданий и их составных частей.

Кинги одного, двух, трех авторов

Артемьева, Т.В, История метафизики в России / СПб.: Алетейя, 1996г. – 317с.
Звягинцев, А.Г. Жизнь и деяния генерал-прокуроров России в сценах и зарисовках/ М.: ОЛМА-пресс, 2001г. –351с.

Книга, имеющая более трех авторов

Сборник задач по математике для поступающих в вузы/В.К. Егерев и др.; Под ред. М.И. Сканави. Минск: Высш.шк., 1990г. –525с.

Составная часть сериального издания

Головачев, В.Г. Долг платежом красен //Труд. – 1996г. – 3 апр. - с.2.

3. Примеры оформления электронных ресурсов

Всемирная история в лицах[Электрон. ресурс]/РАН Рос. Академия образования. – Электрон. текст дан. – М.: НТЦ «Прогресс», [1996].-12 электрон. опт. дисков (CD-ROM).

Воеводина Н.В. Управление финансовыми рисками // Методическое пособие. – Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 1999г. 18с.
<http://www.forex.ru>, дата 21.03.2004

Требования к оформлению ссылок.

Ссылки оформляются как подстрочные.

Для связи подстрочной ссылки с текстом используется знак ссылки в виде цифры. Знак сноски следует располагать там, где по смыслу заканчивается мысль автора.

При повторных ссылках полное описание источника дается только при первой сноске. В следующих сносках вместо заглавия приводят условное обозначение, например «Указ. соч.».

Наличие ссылок в работе обязательно.

Необходимо обратить особое внимание на наличие ссылок на автора во всех таблицах и рисунках, присутствующих в работе. Если таблица или рисунок составлены автором по данным, полученным в ходе исследования, проведенного студентом в рамках выполнения ВКР, указывают в ссылке «Составлено автором».

Требования к внешнему виду выпускной квалификационной работы.

Текстовый документ ВКР должен быть жестко переплетен в папку (любого цвета), на которую наклеивают этикетку (65x100 мм) с указанием аббревиатуры Академии (РАП), вида документа и его обозначения, темы работы, кода учебной группы и специальности, автора работы и года окончания выполнения (Приложение 9).

Последняя страница работы подписывается студентом и его научным руководителем.

Требования к докладу по выпускной квалификационной работе.

На доклад дипломнику отводится до 8 минут. В докладе по выпускной квалификационной работе необходимо отразить актуальность, цель, задачи, результаты исследования по главам.

Требования к составлению презентации.

Так как защита выпускной квалификационной работы происходит с использованием мультимедийной техники для защиты необходимо подготовить презентацию выпускной квалификационной работы в программе Microsoft Power Point.

Порядок слайдов следующий: первый слайд – тема работы, фамилия студента и руководителя, второй слайд – цель, задачи и гипотеза работы, далее таблицы и рисунки, выносимые в раздаточный материал, последний слайд – доклад окончен.

В презентации не нужно использовать звуковые эффекты, возможно использование анимации.

Требования к раздаточному материалу.

В раздаточный материал т.н. раздатку, подбираются те таблицы и рисунки, которые на взгляд дипломника хорошо иллюстрируют, подтверждают его слова по докладу. Таблицы и рисунки, выносимые на раздатку, должны быть наглядными, информативными. Раздаточный материал должен иметь титульный лист.

При наличии презентации, сделанной в программе Microsoft Power Point раздаточным материалом является распечатанная презентация.

Скрепляется скрепкой, распечатывается по 1 экземпляру на каждого члена комиссии.

Примерные рекомендуемые темы выпускных квалификационных работ для студентов специальности 080105 «Маркетинг»

1. Анализ конъюнктуры товарного рынка (на примере предприятия «X»).
2. Анализ эффективности рекламных компаний (на примере предприятия «X»).
3. Выбор и анализ средств рекламы товаров (на примере предприятия «X»).
4. Выбор каналов распространения рекламной информации (на примере предприятия «X»).
5. Использование ресурсов интернет в маркетинговой деятельности фирмы.
6. Конъюнктурный анализ рынка (на примере предприятия «X»).
7. Моделирование маркетинговой деятельности (на примере предприятия «X»).
8. Моделирование поведения покупателей (на примере предприятия «X»).
9. Организация и анализ товарной рекламы (на примере предприятия «X»).
10. Организация и планирование публичных отношений (на примере предприятия «X», рекламного агентства «X»).
11. Организация и управление маркетингом в коммерческой деятельности (на примере предприятия «X»).
12. Организация и управление рекламой в коммерческой деятельности (на примере предприятия «X»).
13. Организация маркетинговых исследований (на примере предприятия «X»).
14. Организация управления международной маркетинговой деятельностью фирмы (на примере предприятия «X»).
15. Оценка собственного потенциала фирмы и ее конкурентоспособности (на примере предприятия «X»).
16. Пути совершенствования управления рекламной деятельностью (на примере фирмы).
17. Разработка и реализация бизнес-плана на предприятии.
18. Разработка комплексной маркетинговой коммуникации.
19. Рекламная поддержка стратегии конкуренции (на примере предприятия «X»).
20. Совершенствование анализа поведения потребителей при определении стратегии фирмы (на примере предприятия «X»).
21. Совершенствование банковского обслуживания и реклама в банке (на примере банка «X»).
22. Совершенствование информационного обеспечения маркетинга (на примере предприятия «X»).
23. Совершенствование маркетинговой информационной системы фирмы (на примере предприятия «X»).

24. Совершенствование механизмов и способов влияния на поведение покупателей (на примере предприятия «Х»).
25. Совершенствование товарной политики организации (на примере предприятия «Х»).
26. Стратегический анализ рынка (на примере предприятия «Х»).
27. Разработка стратегии внедрения новшеств (на примере предприятия «Х»).
28. Разработка стратегии дифференциации продукции (на примере предприятия «Х»).
29. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка (на примере рынка).
30. Управление жизненным циклом товаров (на примере предприятия «Х»).
31. Управление качеством продукции (на примере предприятия «Х»).
32. Управление конкурентоспособностью товара (на примере предприятия «Х»).
33. Управление маркетинговым потенциалом предприятия (на примере предприятия «Х»).
34. Управление публич-релейшнз в рекламной деятельности (на примере предприятия «Х»).
35. Управление стимулированием сбыта в организации (на примере предприятия «Х»).
36. Управление функциями маркетинговой деятельности предприятия (на примере предприятия «Х»).
37. Формирование ассортиментной политики на предприятии (на примере предприятия «Х»).
38. Разработка стратегии маркетинга на предприятии (на примере предприятия «Х»).
39. Маркетинговое исследование рынка (на примере предприятия «Х»).
40. Разработка системы управления маркетингом предприятия (на примере предприятия «Х»).
41. Создание и функционирование маркетинговой службы на предприятии (на примере предприятия «Х»).
42. Разработка плана маркетинга на предприятии (на примере предприятия «Х»).
43. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия (на примере предприятия «Х»).
44. Разработка стратегии позиционирования товара на рынке (на примере предприятия «Х»).
45. Разработка бизнес-плана нового вида продукции для предприятия (на примере предприятия «Х»).
46. Организация рекламной деятельности фирмы (на примере предприятия «Х»).
47. Формирование ценовой политики предприятия (на примере предприятия «Х»).

48. Разработка фирменного стиля предприятия (на примере предприятия «X»).
49. Формирование имиджа предприятия (на примере предприятия «X»).
50. Повышение эффективности продвижения товаров на рынок (на примере предприятия «X»).
51. Анализ рынка товаров (услуг) и разработка программы маркетинга по увеличению объема продаж предприятия (на примере предприятия «X»).
52. Изучение покупательского поведения на рынке...
53. Анализ маркетинговой среды предприятия (на примере предприятия «X»).
54. Исследование и анализ рынка (товара) г. N
55. Разработка эффективной рекламной кампании предприятия (на примере предприятия «X»).
56. Анализ поведения потребителей (на примере предприятия «X» или рынка N).
57. Механизм сегментирования и позиционирования товара (на примере предприятия «X»).
58. Организация и совершенствование рекламной деятельности (на примере предприятия «X»).
59. Формирование торгового ассортимента (на примере предприятия «X»).
60. Разработка эффективной коммуникативной компании (на примере предприятия «X»).
61. Оценка конкурентоспособности предприятия (на примере предприятия «X»).
62. Организация и совершенствование коммуникативной деятельности предприятия (на примере предприятия «X»).
63. Разработка мер по повышению конкурентоспособности предприятия (на примере предприятия «X»).
64. Повышение эффективности сбытовой политики на предприятии (на примере предприятия «X»).
65. Пути повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии (на примере предприятия «X»).
66. Разработка программы маркетинга (на примере предприятия «X»).

Примерные рекомендуемые темы выпускных квалификационных работ для студентов специальности «Связи с общественностью»

1. Анализ (сравнительный анализ) присутствия в информационном пространстве внешних проявлений PR-активности российских или зарубежных компаний.
2. Современные PR-технологии и их использование в стимулировании продаж (на примере...)
3. Анализ PR-деятельности компании(на примере предприятия «X»).
4. Сравнительный анализ PR-деятельности компаний «X» и «Y».
5. Анализ рекламной и PR-деятельности компании (на примере предприятия «X»).
6. PR-деятельность в России: анализ и тенденции развития.
7. Специфика осуществления PR-деятельности в сфере ...(например: страховом бизнесе, фармацевтической промышленности, строительстве и др.)
8. Особенности осуществления политики связей с общественностью (на примере предприятия «X»).
9. PR-деятельность в туризме (на примере туристической фирмы «...»)
- 10.Использование PR-технологий в предвыборной кампании (на примере выборов в г.N)
- 11.PR в коммуникационной политике российских компаний.
- 12.Паблик рилейшнз в коммуникационной политике строительных компаний.
- 13.PR-технологии в сфере игорного бизнеса (на примере предприятия «X»).
- 14.Решение (содействие решению) экономической (социальной, политической) задачи PR-средствами.
- 15.Влияние изменений рыночной среды на рекламную и PR-деятельность компании (на примере предприятия «X»).
- 16.Продвижение брэнда компании «...» методами PR.
- 17.PR-подразделение в государственной организации: структура, особенности функционирования, взаимодействие с профессиональными PR-агентствами.
- 18.Деятельность отдела по информационной политике и общественных связей Государственной Думы (или на примере к.-л. региона).
- 19.Методы и формы организации работы службы по связям с общественностью в ...
- 20.Структура и функции PR-подразделений в государственных организациях.

21. PR-служба в коммерческой фирме: структура, особенности функционирования, взаимодействие с профессиональными PR-агентствами.
22. Формы и методы взаимодействия отдела по связям с общественностью со СМИ в фирме (на примере предприятия «X»).
23. Особенности PR-коммуникации для агентства недвижимости (на примере предприятия «X»).
24. Организация PR-подразделений в сфере частного бизнеса (на примере предприятия «X»).
25. Организация и проведение PR-кампаний (на примере предприятия «X»).
26. Организация и проведение PR-кампаний по продвижению имиджа.
27. Особенности PR-кампаний в современных условиях.
28. Организация PR-кампаний в ... сфере.
29. PR-кампании: подготовка и проведение (на примере...)
30. Проведение социологических опросов и маркетинговых исследований при оценке эффективности PR-кампаний.
31. Эффективность PR-деятельности и способы её оценки.
32. Оценка эффективности PR-кампаний (на примере предприятия «X»).
33. Анализ PR-акций в сфере туризма (на примере предприятия «X»).
34. на примере ...).
35. Качественные исследования в PR-деятельности компаний (на примере предприятия «X»).
36. Проведение исследований в PR-кампаниях на примере фармацевтической промышленности.
37. Оценка эффективности публикаций агитационных материалов в СМИ.
38. Организация специальных событий (информационный повод).
39. Организация PR-мероприятий по продвижению интенсивного бизнес-образования (на примере ...).
40. Организация специальных событий в сфере частного бизнеса.
41. Организация и проведение выставок в деятельности компании (на примере предприятия «X»).
42. Участие в экспозиционной деятельности как эффективный механизм формирования имиджа фирмы (на примере предприятия «X»).
43. Организация специального события на примере проведения научной конференции «...».
44. Создание специального события. Презентация.
45. Работа специалиста по связям с общественностью при организации и проведении выставки.
46. Типология информационных поводов современной корпорации (на примере предприятия «X»).
47. Анализ рынка PR-услуг.
48. Современные подходы организации работы PR-агентств (на примере предприятия «X»).

49. Основные направления работы PR-агентств (на примере предприятия «X»).
50. Особенности организации деятельности PR-агентств (на примере предприятия «X»).
51. Потребность в PR-услугах общественных организаций (в социальной сфере, в среднем и малом бизнесе и др.)
52. Каналы коммуникации, используемые при позиционировании организации (на примере предприятия «X»).
53. Исследование стереотипов восприятия компании «...» среди целевой аудитории
54. Востребованность услуги формирования внешнего имиджа в среднем и малом бизнесе
55. Востребованность услуги формирования внешнего имиджа некоммерческих организаций.
56. Необходимость использования PR –технологий в малом бизнесе (на примере предприятия «X»).
57. PR-кампании в сети Интернет
58. PR-технологии в Интернете.
59. Web-сайт как базовая форма PR-представительства в Интернете.
60. Корпоративное позиционирование различных аспектов (указать каких конкретно) деятельности компании во внешней среде.
61. Корпоративные связи с общественностью (на примере предприятия «X»).

62. Корпоративные издания: цели, задачи, структура.
63. PR-технологии при формировании корпоративного имиджа компании (на примере предприятия «X»).
64. Корпоративный имидж как результат позиционирования на рынке

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав. кафедрой _____

« ____ » _____ 201_Г

Заведующему кафедрой

«Маркетинг и связи с общественностью»

д.э.н., профессору Омельченко Е.В..

от студента группы _____

(ФИО)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить мне тему выпускной квалификационной работы _____

на примере _____

(организационно-правовая форма и название предприятия)

Предполагаемый научный руководитель _____

(ФИО, должность, звание)

Согласие руководителя дипломной работы _____

подпись

Дата

Подпись студента

Контактный

тел. _____

Автономная некоммерческая организация
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Кафедра «Маркетинг и связи с общественностью»
Специальность 080111.65 «Маркетинг»

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой

д.э.н., профессор

Е.В. Омельченко

« ____ » _____ 201_ г

ЗАДАНИЕ

на Выпускную квалификационную работу студента

Студент _____

_____ фамилия, инициалы

отделение _____ группа _____

1 Тема _____

утверждено приказом АНО РАП _____ от “ ____ ” _____ 20__ г.

2 Срок представления к защите “ ____ ” _____ 20__ г.

3 Исходные данные: _____

4 Перечень разделов работы

Руководитель рабо-

ты: _____

_____ подпись, дата

_____ инициалы, фамилия

Задание принял к исполнению _____

_____ подпись, дата

_____ инициалы, фамилия

АННОТАЦИЯ
выпускной квалификационной работы

Студент _____
(ФИО)

Тема _____

Научный руководитель _____
(ФИО, ученая степень и звание)

Выпускная квалификационная работа содержит – ____ страниц.

Таблиц- ____, иллюстраций - ____, источников литературы - ____.

Объект исследования –

Целью данной работы является

Работа состоит из ____ глав

В первой главе рассмотрена

Во второй главе рассматриваются вопросы:

В третьей главе рассматриваются (предлагается).....

В заключительной части работы сделаны выводы и даны рекомендации:

.....

Выводы имеют/ не имеют практическую значимость и могут быть использованы при

Автономная некоммерческая организация
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Кафедра «Маркетинг и связи с общественностью»
Специальность 080111.65 «Маркетинг»

Отзыв
на выпускную квалификационную работу

Дипломника _____

(ФИО., шифр)

Тема:

В заключении (отзыве) следует указать: задачи, поставленные перед дипломником, как он справился с их решением; в какой мере проявлена самостоятельность и инициатива в работе; какова теоретическая подготовка и профессиональные навыки дипломника; результаты дипломного проектирования, их теоретическую и практическую ценность; основные недостатки дипломной работы. Оценка в отзыве (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно) должна вытекать из приведенных выше положений.

Памятка научному руководителю: Руководитель ВКР должен дать отзыв о работе студента в период написания ВКР. В отзыве необходимо отразить:

- актуальность темы;
- практическая значимость;
- профессионализм выполнения;
- подготовленность студента к профессиональной деятельности в соответствии с государственным образовательным стандартом по специальности;
- умение работать с литературой (в полной ли мере студент ознакомлен с новейшей литературой по рассматриваемой теме, знает ли изменения нормативно-законодательной базы);
- владение методами анализа экономических ситуаций и явлений;
- умение отстаивать собственную точку зрения, делать обоснованные выводы и предложения;
- достоинства/недостатки работы;
- возможность практического использования;
- “допускается к защите”.

Рецензия на выпускную квалификационную работу

Дипломника _____

(ФИО., шифр)

Руководитель _____

(ФИО, должность, звание)

Тема: _____

В рецензии следует дать общую характеристику работы, изложить положительные результаты исследования работы и недостатки дипломной работы, включая ошибки в расчетах, определениях, формулировках, недостатки в выполнении рисунков, схем, таблиц, в изложении и оформлении пояснительной записки. Указать степень использования последних достижений науки, и литературных источников, нормативно-правовой базы. Оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно) должна вытекать из содержания рецензии.

Памятка рецензенту: В рецензии требуется провести анализ содержания, оформления ВКР. Особое внимание следует уделить:

- актуальности темы;
- практической значимости;
- профессионализму выполнения;
- полноте рассмотрения тематической проблемы;
- использованию литературных источников;
- обоснованности позиции автора;
- используемым методам анализа проблемы;
- обоснованности выводов и предложений;
- достижимости целей, поставленных при написании дипломной работы;
- качеству оформления: графические материалы, правильность ссылок на литературу, оформление списка литературы;
- достоинствам/недостаткам работы;
- возможности практического использования;

**Автономная некоммерческая организация
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

Кафедра «Маркетинг и связи с общественностью»
Специальность 080111.65 «Маркетинг»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

д.э.н., проф., Е.В. Омельченко

« ____ » _____ 201_ г

ФАМИЛИЯ Имя Отчество

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

Научный руководитель
уч. степень, звание, должность
ФИО

Москва, 2001_ г.

АНО «РАП»(080111.65)
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА «Совершенствование маркетинговой дея- тельности предприятия (на примере ООО « ФИНАНС»))» Иванова Елена Евгеньевна группа 503 Москва 2011 г.

Примечание:

для специальности «Маркетинг» шифр – 080111.65

для специальности «Связи с общественностью» шифр – 030602.65