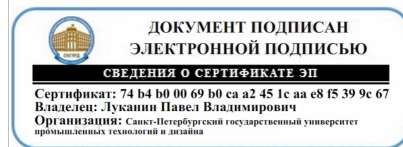


УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Программа выпускной квалификационной работы

Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
-----------------	--

Учебный план: _____ ФГОС3++zm420401-1_26-13.plx

Кафедра:

35

 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Реклама и современные коммуникации в бизнесе

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ
3	УП	178	38	6
Итого	УП	178	38	6

Программа выпускной квалификационной работы составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

1.1 Цель ВКР: Цель освоения магистерской ВКР — сформировать у выпускника способность самостоятельно разрабатывать и реализовывать комплексные стратегические проекты в области рекламы и связей с общественностью, интегрируя научно-исследовательские, аналитические и управленческие компетенции для решения прикладных задач в условиях цифровой трансформации коммуникаций.

1.2 Задачи ВКР:

1. Аналитико-диагностическая

Выявить и структурировать актуальную коммуникационную проблему, применяя методы стратегического анализа для обоснования разрыва между текущим и желаемым состоянием репутации / лояльности аудитории.

2. Проектно-стратегическая

Разработать целостную коммуникационную стратегию, включая позиционирование, определение KPI, выбор инструментов и конструирование уникального омниканального сообщения, работающего на достижение бизнес- и социальных целей заказчика.

3. Исследовательско-валидационная

Осуществить эмпирическую проверку гипотез, доказав прогностическую эффективность предложенного проекта до его внедрения.

4. Организационно-управленческая

Спроектировать дорожную карту реализации проекта, демонстрируя способность управлять кросс-функциональной командой и подрядчиками в условиях ограничений.

5. Рефлексивно-оценочная

Создать систему постпроектного аудита, обосновав методы измерения фактической эффективности и возможности масштабирования результатов на отрасль.

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ОЦЕНИВАЕМЫЕ ПРИ ЗАЩИТЕ ВКР

УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Знает: методы системного анализа, критерии критической оценки информации и алгоритмы синтеза данных для обоснования управленческих и коммуникационных решений
Умеет: выявлять противоречия в массивах информации по рыночным, медийным и бизнес-процессам, структурировать данные для построения системной аргументации в выпускной квалификационной работе и в защитном слове
Владеет: навыком интеграции разрозненных фактов и аналитических выводов в целостную логику пиар-стратегии и бизнес-предложений
ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Знает: основные социальные, этические и правовые последствия реализации коммуникационных проектов и бизнес-решений
Умеет: прогнозировать эффекты профессиональной деятельности в области PR и управления бизнесом с позиций социальной ответственности и аргументированно отражать это в пояснительной записке ВКР
Владеет: навыками критической оценки рисков и результатов принятых решений для стейкхолдеров и общества, что подтверждает в ходе процедуры защиты выпускной квалификационной работы.
ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Знает: принципы работы современных информационных технологий сбора, обработки и визуализации данных,
Умеет: применять цифровые инструменты и программные продукты для аналитического и коммуникационного обеспечения выпускной квалификационной работы
Владеет: навыками использования IT-решений для подготовки, презентации и защиты результатов ВКР в сфере рекламы и связей с общественностью.
ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знает: ключевые тренды, политико-экономические механизмы и правовые нормы функционирования медиакоммуникационных систем глобального, национального и регионального уровней
Умеет: анализировать их влияние на бизнес-коммуникации и PR-деятельность компании, выявляя риски и возможности при разработке коммуникационных стратегий
Владеет: навыками прогнозирования изменений в медиасреде и использования актуальных каналов, инструментов и этических регуляторов для обоснования, защиты и презентации выпускной квалификационной работы.

ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Знает: механизмы анализа запросов и потребностей целевых аудиторий и общества
Умеет: на их основе разрабатывать и адаптировать коммуникационные стратегии и материалы для выпускной квалификационной работы
Владеет: навыками публичной аргументации и защиты предложенных решений, демонстрируя их социальную и аудиторную обоснованность
ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Знает: актуальные тренды развития институтов государства и общества, умеет анализировать их влияние на информационную повестку и интегрировать в стратегию создания медиа- и коммуникационных продуктов
Умеет: анализировать их влияние на информационную повестку и интегрировать в стратегию создания медиа- и коммуникационных продуктов
Владеет: навыками разностороннего освещения деятельности этих институтов в медиатекстах применительно к обоснованию актуальности, выбора инструментария и подготовке к защите ВКР.
ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знает: основные достижения отечественной и мировой культуры, необходимые для создания конкурентоспособных коммуникационных продуктов
Умеет: критически отбирать и адаптировать культурные коды и артефакты под задачи целевой аудитории при разработке медиатекстов и PR-проектов
Владеет: навыками интеграции культурных референций и ценностных ориентиров в структуру коммуникационных продуктов, что обосновывает и подтверждает в процессе подготовки к защите и защиты выпускной квалификационной работы.
УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Знает: принципы тайм-менеджмента и методы планирования карьерной траектории в сфере рекламы и PR
Умеет: расставлять приоритеты при подготовке выпускной квалификационной работы и публичной защите проекта
Владеет: навыками самоорганизации и рефлексии для непрерывного профессионального развития в динамичной бизнес-среде
УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Знает: базовые категории межкультурного разнообразия и их проявление в социально-историческом, этическом и философском контекстах, влияющие на коммуникационные стратегии в бизнесе и PR
Умеет: выявлять и учитывать межкультурные различия и этические нормы при разработке и обосновании рекламных и PR-проектов, включая материалы выпускной квалификационной работы
Владеет: навыками толерантной и контекстно-корректной межкультурной коммуникации для эффективного представления, аргументации и защиты результатов ВКР перед аудиторией с разным социокультурным бэкграундом.
УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Знает: принципы эффективной командной работы и ролевой структуры в проектной деятельности
Умеет: распределять задачи, координировать действия участников и аргументированно отстаивать свою позицию при подготовке и защите ВКР
Владеет: навыками конструктивного социального взаимодействия, презентации результатов коллективного труда и рефлексии собственного вклада в командный результат в ходе процедуры защиты выпускной квалификационной работы
УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Знает: принципы распределения ролей и эффективной коммуникации в проектной команде
Умеет: координировать действия участников команды при планировании и проведении прикладного рекламного/PR-исследования для ВКР
Владеет: навыками презентации результатов коллективной работы и конструктивной аргументации своей позиции в ходе процедуры защиты.

УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
Знает: алгоритмы целеполагания и методы декомпозиции задач в проектной и PR-деятельности, действующие правовые нормы, а также принципы анализа ресурсных ограничений	
Умеет: при подготовке к защите ВКР и в процессе самой защиты обоснованно определять приоритетные задачи, критически оценивать альтернативные способы их решения с учетом правовых рисков и наличных ресурсов бизнес-проекта	
Владеет: инструментами планирования, оптимизации и принятия управленческих решений, позволяющими при защите выпускной квалификационной работы аргументированно выбирать оптимальные способы достижения поставленной цели в заданных рамках и ограничениях.	
ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
Знает: нормы русского и иностранного языков, правила построения медиатекстов и особенности иных знаковых систем,	
Умеет: анализировать коммуникационные потребности общества и индустрии для обоснования выбора жанра и формата при создании медиапродукта в процессе подготовки выпускной квалификационной работы	
Владеет: навыками разработки и адаптации востребованных обществом и индустрией рекламных и PR-текстов, медиа- и коммуникационных продуктов на русском и иностранном языках для их эффективной презентации и защиты в составе ВКР	
ПК-1: Способен осуществлять анализ и оценку эффективности рекламных и PR-мероприятий	
Знает: методы выявления информационных запросов ключевых стейкхолдеров компании	
Умеет: проводить аудит корпоративных коммуникаций для определения дефицитов и избытков информации	
Владеет: навыками составления аналитического отчета (включая раздел ВКР) с обоснованием приоритетных информационных потребностей субъектов корпоративных отношений.	
ПК-2: Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии.	
Знает: принципы администрирования корпоративной социальной политики и методы командообразования	
Умеет: разрабатывать мероприятия по развитию персонала в рамках PR-стратегии бизнеса	
Владеет: инструментарием интеграции социальных инициатив в коммуникации бренда для обоснования этих решений при защите ВКР.	
ПК-3: Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.	
Знает: принципы стратегического анализа, модели выбора каналов коммуникации и методы управления информационными потоками	
Умеет: обосновывать стратегические решения для коммуникационных проектов и адаптировать каналы под бизнес-задачи	
Владеет: инструментами оценки эффективности коммуникационных стратегий и навыками информационного менеджмента при подготовке и защите ВКР.	
ПК-4: Способен влиять на результаты бизнеса через разработку и интеграцию стратегических маркетинговых коммуникаций.	
Знает: принципы функционирования и критерии выбора каналов интернет-продвижения	
Умеет: подбирать оптимальные каналы и обосновывать выбор системы метрик (KPI) для оценки эффективности коммуникации	
Владеет: методами формирования, расчета и интерпретации показателей эффективности рекламных и PR-кампаний в сети Интернет применительно к решению задач, выносимых на защиту ВКР.	

3 ВЫПОЛНЕНИЕ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

3.1 Вид выпускной квалификационной работы

Индивидуальная

+

Групповой проект

3.2 Основные направления и тематики ВКР

1. Совершенствование структуры рекламного агентства.
2. Организация (совершенствование, управление) рекламной деятельности (деятельности по связям с общественностью) в компании на российском рынке.
3. Коммуникационный менеджмент (совершенствование, управление) в рекламных структурах организации (на примере рекламного агентства или отдела/подразделения рекламы/PR).
4. Организация работы (совершенствование, управление) промоперсонала BTL акции/рекламы

для торговой марки или в отделе BTL проектов агентства.

5. Организация промо-мероприятий (совершенствование, управление) для торгового предприятия / торговой марки.

6. Планирование рекламной кампании (совершенствование, управление) в Интернете (или определенный носитель) на примере торговой марки.

7. Организация special events на рынке (...) или компании.

8. Организация корпоративных мероприятий, как элемента корпоративной культуры в организации.

9. Оптимизация (совершенствование) внутрикорпоративных (внутренних) коммуникаций в компании.

10. Совершенствование (управление) корпоративных медиа как элемент внутренней коммуникации или инструмента конкурентного преимущества.

11. Планирование/организация/(совершенствование, управление) промо-мероприятия (spetial events, культурного, спортивного, зрелищного события) для продвижения торговой марки на рынке.

12. Управление (совершенствование) коммуникациями с потребителями в компании с помощью директ-маркетинга.

13. Управление (совершенствование) корпоративной репутацией методами паблик рилейшнз.

14. Управление (совершенствование) создание бренда на арт рынке/музыкальном рынке/спортивном рынке.

15. Управление (совершенствование) поведением покупателя в торговом зале с помощью маркетинговых коммуникаций.

16. Управление (совершенствование) медиа-агентствами в Интернет.

17. Разработка PR-стратегий сегментации и позиционирования бренда.

18. Продвижение бренда компании средствами PR (на примере..)

Практико-ориентированные темы выпускных работ, связанные с разработкой, созданием или формированием чего-либо:

1. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) торговой марки на российском рынке.

2. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, информационной, коммуникационной кампании) на основе коммуникационного/рекламного проекта/ креативной концепции/ брифа/ продукта (рекламный ролик на ТВ, радио, печатная, наружная, мобильная, брендбук и пр. реклама и PR-продукты и проекты). Разработка/ формирование фирменного стиля компании.

3. Разработка программы ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных проектов (как фактора конкурентного преимущества/ инструмента в конкурентной борьбе/ стимулирования сбыта).

4. Разработка программы коммуникаций для создания конкурентного преимущества торговой марки/ компании или на рынке.

5. Создание конкурентных преимуществ для международной торговой марки с помощью интегрированных (рекламных) коммуникаций/ ребрендинга/ кобрендинга/ коллаборационных проектов.

6. Разработка (или совершенствование) программы продвижения (рекламной кампании, коммуникационной кампании) российской торговой марки.

7. Разработка (совершенствование, управление) рекламной стратегии/ платформы бренда/ медиаплана для размещения (на канале), для торговой марки.

8. Разработка (совершенствование, управление) digital (партизанской, вирусной рекламы и проектов).

9. Разработка (совершенствование, управление) инновационных методов сбора информации на рекламном рынке.

10. Повышение (совершенствование, управление) эффективности коммуникационных программ с помощью кросс-промоушена.

11. Формирование (совершенствование, управление) имиджа марки с помощью инновационных коммуникативных решений.

12. Формирование (совершенствование, управление) фирменного стиля (имиджа) с помощью сувенирной рекламы.

13. Разработка (совершенствование, управление) проекта digital коммуникаций для международной торговой марки.

14. Повышение эффективности коммуникационных программ с помощью digital коммуникаций.

15. Организация сбора информации (исследования/ аналитического этапа) для разработки коммуникационной кампании.

16. Организация (совершенствование, управление) исследования для оценки эффективности/ эффективности коммуникационной кампании.

17. Разработка (совершенствование, управление) художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы, PR в коммуникационных проектах и кампаниях на рынке.

Интернет.

1. Разработка (совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет.

2. Оптимизация (совершенствование, управление) сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет.

3. Продвижение (совершенствование, управление) рекламного агентства (торговой марки) в сети Интернет.

4. Продвижение (совершенствование, управление) торговой марки через социальные сети.

5. Совершенствование (управление) социальных сетей при продвижении продукта.

6. Совершенствование (управление) on-line игр при продвижении продукта.
7. Разработка вирусной рекламы в сети Интернет.
8. Формирование (совершенствование, управление) арт-рынка с помощью Интернет-коммуникаций.
9. Организация прямой рекламы для продвижения международной торговой марки.

Проблемы эффективности и исследования

1. Оценка (совершенствование, управление) эффективности коммуникационной/ рекламной кампании в сети Интернет.
2. Оценка (совершенствование, управление) эффективности коммуникационной/ рекламной кампании на разных носителях (в СМИ, BTL).
3. Организация (совершенствование, управление) тестирования рекламного продукта как ресурс повышения эффективности.
4. Оценка эффективности социальной рекламы.
5. Аудит (совершенствование, управление, организация контроля) системы рекламных коммуникаций в торговом зале.
6. Аудит (совершенствование, управление, организация контроля) за реализацией BTL проектов.
7. Формирование (управление) целевой аудитории при планировании и реализации коммуникационной программы/проекта (PR/рекламной).

Разные

1. Формирование (совершенствование, управление) имиджа государства России (региона, территории) на мировой арене.
2. Совершенствование (управление) PR коммуникаций в маркетинговой политики международной компании.
3. Совершенствование (управление) визуальным мерчендайзингом торговых марок (товарного сегмента, на рынке).
4. Разработка (совершенствование, управление) коммуникационной стратегии персоны в ШОУ-БИЗНЕСЕ.
5. Продвижение индивидуального музыкального проекта (продукта) на рынке средствами рекламы и PR.
6. Организация (совершенствование, управление) продажи рекламного времени (рекламных площадей, коммуникационных площадок) и т.п.
7. Выставочные арт-проекты как коммуникационный ресурс современного рынка.
8. Совершенствование (управление) интегрированными коммуникациями на рынке «Х».
9. Стимулирование сбыта с помощью ребрендинга.
10. Управление имиджем торговой марки с помощью ребрендинга.
11. Внедрение (совершенствование, управление) игровых форм рекламных коммуникаций.
12. Продвижение международных торговых марок через спонсорство/поддержку (спорта, культуры, искусство, благотворительность).
13. Совершенствование (управление) Digital-технологиями рекламной коммуникации.
14. Регулирование рекламной и (или) PR деятельности (на отдельных рынках, сферах).
15. Разработка принципов социальной ответственности в рекламной деятельности.
16. Совершенствование социальной ответственности в рекламной деятельности
17. Разработка (совершенствование, управление) креативного решения/ стратегии для торговой марки.
18. Разработка (совершенствование) управления имиджем организации, персонала.
19. Разработка (совершенствование) репутации компании, организации, лица, персоны.
20. Совершенствование маркетинговых коммуникаций на B2B рынке для продвижения иностранного продукта на российский рынок.

3.3 Организация руководства ВКР

регламентируется локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования»

3.4 Требования к ВКР и порядку их выполнения

3.4.1 Требования к содержанию, объему и структуре ВКР

Объем выпускной квалификационной работы должен составлять не менее 50-ти и не более 90 страниц основного текста (без приложений).

Количество разделов (глав) ВКР должно быть два или три. Каждый раздел должен включать от 3-х до 5-ти параграфов, последний параграф каждого раздела представляет собой выводы по разделу. Все разделы (главы) ВКР должны быть примерно одинаковы по объему, могут содержать таблицы, рисунки, графики, диаграммы.

Содержание выпускной квалификационной работы должно представлять определенную новизну и практическую значимость.

Текст выпускной квалификационной работы должен содержать:

- оглавление;
- введение (с обоснованием актуальности темы, цель, задачи, предмет и объект исследования);
- теоретическую часть, содержащую анализ существующих подходов к решению исследуемой проблемы;
- аналитическую часть, содержащую анализ объекта исследования;
- практическую часть, в которой описаны предполагаемые автором выпускной квалификационной работы пути решения поставленных задач (либо содержание проектов); результаты проектов, апробация предлагаемых решений (разработанных проектов);
- заключение, содержащее краткое описание результатов работы и основные выводы.
- список использованных источников (не менее 30-ти);
- приложение.

3.4.2 Правила оформления ВКР

Структурные элементы ВКР: титульный лист, реферат, содержание, введение, разделы (главы), заключение, список использованных источников (не менее 30-ти), приложения.

ВКР печатается на принтере, шрифт Times New; 14 кегль; интервал 1,5; абзац, с выравниванием по ширине с отступом 1, 25 см; поля листа: слева - , 3 см, справа – 1, 5, остальные 2,0 см; без переносов, на титульном листе указывается а) министерство, б) название университета, в) тема ВКР, в) ФИО автора, г) ФИО руководителя.

Готовая ВКР в распечатанном виде сдается на выпускающую кафедру за неделю до даты защиты. К ВКР прилагается отзыв научного руководителя с его подписью, а также справка об успешном прохождении проверки ВКР в системе Антиплагиат-вуз.

Выпускная работа должна быть подписана: а) исполнителем; б) научным руководителем и иметь визу заведующего выпускающей кафедры.

ВКР на защиту представляется в сшитом виде, к ней прилагается подписанный диск с текстом ВКР в формате Word и PDF.

К защите ВКР также необходимо подготовить компьютерную презентацию MS PowerPoint. При подготовке презентации следует использовать брендбук ВШТЭ. Размер шрифта для подписей и основных заключений рекомендуется использовать не меньше 24. Необходимо помнить, что на прочтение каждой иллюстрации требуется время, поэтому даже при хорошо отрепетированном 10-минутном докладе не целесообразно показывать более 13 слайдов; остальные иллюстрации можно заготовить для ответа на вопросы).

3.5 Порядок выполнения ВКР и подготовки текста ВКР для размещения в ЭБС

Выпускник обязан пройти следующие этапы работы над выпускной квалификационной работой:

- встреча с научным руководителем и определение темы ВКР (встреча проходит во время последней сессии);

- работа с научным руководителем над теоретической частью ВКР и прохождение двух коллоквиумов на кафедре рекламы и современных коммуникаций с результатами работы над ВКР, по окончании преддипломной практики обучающиеся должны отчитываться по итогам практики (о завершении экспериментальной части ВКР, ее апробации, анализе результатов и оценки эффективности);

- прохождение предзащиты выпускной квалификационной работы.

Руководитель дает качественную оценку выпускной квалификационной работе, кроме того, в своем отзыве отмечает степень самостоятельности соискателя, наличие у него творческого подхода к решению поставленных задач.

Выпускная квалификационная работа должна пройти проверку на самостоятельность выполнения по системе «Антиплагиат-вуз» в соответствии с требованиями вуза и на основе положения «Об обеспечении самостоятельности выполнения письменных работ обучающихся на основе системы «Антиплагиат» утвержденном на ученом совете университета в 2019 г. Далее проводится процедура Нормоконтроля для оценки правильности оформления ВКР.

Подписанную выпускную квалификационную работу заведующий кафедрой РиСК направляет в государственную аттестационную комиссию для защиты.

3.6 Критерии оценивания результатов выполнения и защиты ВКР

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
5 (отлично)	Актуальность темы; глубина анализа существующих подходов и корректность постановки задачи профессионально-педагогической направленности; обоснованность выбора метода решения задачи профессионально-педагогической направленности; обоснованность использования инструментальных средств различного типа (компьютерных программ, теоретических моделей и пр.); ясность, четкость, последовательность и обоснованность этапов решения поставленных задач; качество оформления пояснительной записки (грамотность изложения, соответствие стандартам); соответствие критериям новизны; практическая значимость результатов работы, в том числе возможность использования для совершенствования учебного процесса в учреждениях системы профессионального образования
4 (хорошо)	Имеются отдельные недостатки либо в анализе существующих подходов к решению исследуемой проблемы, либо в практической части выпускной квалификационной работы, либо в ее оформлении, либо в процессе защиты недостаточно полно и четко представлены результаты работы.
3 (удовлетворительно)	Имеются отдельные существенные недостатки в либо в анализе существующих подходов к решению исследуемой проблемы, либо в практической части выпускной квалификационной работы, либо в ее оформлении, а также в процессе защиты недостаточно конкретно представлена сущность работы, выпускник испытывал затруднения при ответах на вопросы комиссии.
2 (неудовлетворительно)	Имеются существенные недостатки в выпускной квалификационной работе, в процессе защиты выпускник не представил результатов выпускной квалификационной работ, не ответил на вопросы комиссии.

4 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

4.1 Процедура защиты ВКР

Процедура проведения государственной итоговой аттестации регламентируются разделом 6 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

Защита ВКР происходит следующим образом:

- председатель ГАК после открытия заседания объявляет о защите ВКР;
- секретарь ГАК объявляет фамилию обучающегося, зачитывает тему ВКР, фамилию руководителя и предоставляет слово обучающемуся;
- обучающийся делает сообщение продолжительностью до 10 минут, в котором в сжатой форме обосновывает актуальность темы исследования, излагает основное содержание, результаты исследования и выводы, обосновывает практическую значимость исследования;
- обучающийся отвечает на вопросы членов ГАК и, с разрешения председателя ГАК, присутствующих на защите других лиц;
- руководитель, если он присутствует на защите, дает отзыв о работе обучающегося, либо отзыв руководителя зачитывает секретарь ГАК;
- присутствующим на защите предоставляется возможность выступить;
- обучающемуся предоставляется возможность ответить на замечания, высказанные в выступлениях присутствующих на защите, согласиться с замечаниями или обоснованно опровергнуть их.

При подготовке доклада к защите ВКР необходимо учесть некоторые особенности:

В докладе необходимо четко назвать цель и задачи исследования, основную часть доклада посвятить собранному материалу, т.е. результатам работы. Подытоживается доклад выводами из работы.

Как правило, доклад сопровождается компьютерной презентацией MS PowerPoint. При подготовке презентации следует использовать брендбук ВШТЭ. Размер шрифта для подписей и основных заключений рекомендуется использовать не меньше 24. Необходимо помнить, что на прочтение каждой иллюстрации требуется время, поэтому даже при хорошо отрепетированном 10-минутном докладе не целесообразно показывать более 13 слайдов; остальные иллюстрации можно заготовить для ответа на вопросы).

4.2 Особенности процедуры защиты ВКР для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Особенности проведения государственной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья регламентируются разделом 7 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

4.3 Порядок подачи и рассмотрения апелляций

Процедура апелляции по результатам государственных аттестационных испытаний регламентируется разделом 8 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Лукашук, О. А., Строганов, Ю. Н., Булатова, Д. С.	Выпускная квалификационная работа бакалавра	Екатеринбург: Издательство Уральского университета	2018	http://www.iprbookshop.ru/106354.html
Коробова, О. А., Кунц, А. Л., Козлинская, Л. А., Липовская, Т. А., Максименко, Л. А., Федорова, Т. М.	Выпускная квалификационная работа бакалавра	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2016	https://www.iprbooks hop.ru/68758.html
Козлинская, Л. А., Коробова, О. А., Кунц, А. Л., Липовская, Т. А., Максименко, Л. А., Федорова, Т. М.	Выпускная квалификационная работа бакалавра	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2016	https://www.iprbooks hop.ru/68759.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Коробова, О. А., Кунц, А. Л., Козлинская, Л. А., Липовская, Т. А., Максименко, Л. А., Федорова, Т. М.	Выпускная квалификационная работа бакалавра	Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/68758.html

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>).
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД (<http://publish.sutd.ru>).
3. «Педагогическая библиотека» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.pedlib.ru/>.

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows 8
Microsoft Office Professional 2013

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для подготовки к процедуре защиты и защиты ВКР

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска