

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 07.07.2025 02:41:41 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	 Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
Колледж ЧелГУ Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама			
Версия документа - 1	стр. 1	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

## **Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования**

**Специальность**  
42.02.01 Реклама

**Направленность программы**  
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

**Присваиваемая квалификация**  
Специалист по рекламе

**Форма обучения**  
Очная (год набора 2025)

Челябинск, 2025

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама		
Версия документа - 1	стр. 2	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

#### 42.02.01 Реклама

**направленность программы: Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

**Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования  
2025 года набора, очная форма обучения**

Утверждена:

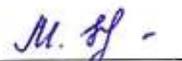
Проректор по учебной работе \_\_\_\_\_

  
подпись

А.А. Саламатов  
И.О. Фамилия

Протокол заседания от «24» августа 2025 г. № 5

Председатель Педагогического совета  
Колледжа ЧелГУ

  
подпись

М.В. Найн  
И.О. Фамилия

Составитель

  
подпись

В.С. Голдыгареева  
И.О. Фамилия

Методические рекомендации предназначены обучающимся для подготовки, написания, оформления и защиты дипломной работы в соответствии с требованиями ФГОС СПО и с Методическими рекомендациями по организации выполнения и защиты дипломной работы в образовательных организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования по подготовке специалистов среднего звена на основании Письма Минобрнауки России от 20.07.2015 № 06-846.

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама		
Версия документа - 1	стр. 3	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

## Содержание

1. Общие положения .....	5
2. Тематика дипломных работ .....	10
3. Структура и содержание дипломной работы .....	13
4. Общие требования к оформлению дипломной работы .....	18
5. Защита дипломной работы .....	21

		Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ	
Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама			
Версия документа - 1	стр. 4	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

## 1. Общие положения

В соответствии с Законом РФ «Об образовании» итоговая аттестация студентов, завершающих обучение по программе среднего профессионального образования в средних учебных заведениях, является обязательной.

В соответствии с ФГОС СПО дипломная работа является обязательной частью Государственной итоговой аттестации (ГИА). ГИА включает подготовку и защиту дипломной работы. Согласно ФГОС в учебном плане на подготовку и защиту дипломной работы по специальностям отводится, как правило, шесть недель, из них на подготовку дипломной работы – четыре недели и на защиту дипломной работы – две недели.

**Дипломная работа** – исследование, проведенное студентом по теме, соответствующей содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования по специальности.

Целью дипломной работы является:

- систематизация, закрепление, углубление и расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний;
- развитие навыков самостоятельной работы и овладение методами поиска и обработки информации, необходимой для решения разрабатываемых в квалификационной работе проблем и вопросов;
- оценка уровня готовности студента к самостоятельной профессиональной деятельности в современных условиях.

Дипломная работа должна:

- носить творческий характер;
- отвечать требованиям логического и четкого изложения материала и

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама			
Версия документа - 1	стр.5	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № ____

достоверности фактов;

- отражать умение студента пользоваться рациональными приемами поиска, отбора, обработки и систематизации информации, способности работать с различными источниками информации;
- содержать примеры из практики соответствующей специальности, по реализации конкретной проблемы;
- соответствовать правилам оформления работы, установленным соответствующими требованиями (четкая структура, логичность содержания, правильное оформление библиографических ссылок, библиографического списка, аккуратность исполнения работы).

Цель дипломной работы – установление соответствия результатов освоения студентами образовательной программы СПО, соответствующим требованиям ФГОС СПО.

Дипломная работа - это самостоятельная исследовательская работа, поэтому студент несет персональную ответственность за:

- выполнение календарного плана;
- самостоятельность выполнения дипломной работы;
- достоверность представленных данных и результатов;
- оформление, структуру и содержание дипломной работы в соответствии с методическими рекомендациями по выполнению дипломной работы.

Форма и условия проведения государственной итоговой аттестации доводятся до сведения студентов не позднее, чем за шесть месяцев до начала итоговой аттестации.

Период выполнения дипломной работы состоит из нескольких этапов:

- выбор и закрепление темы дипломной работы;



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 91

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- разработка и утверждение задания на дипломной работы;
- сбор материала для дипломной работы на практике; написание и оформление дипломной работы; рецензирование дипломной работы;
- защита дипломной работы на заседании Государственной аттестационной комиссии (ГАК).

В дипломной работе должны быть отражены актуальность, новизна и практическая значимость проведенного исследования.

Дипломная работа должна:

- соответствовать разработанному заданию;
- включать критический анализ источников по теме с обобщениями и выводами;
- продемонстрировать требуемый уровень общенаучной и специальной подготовки выпускника и его умение применять на практике освоенные знания, практические навыки, общие и профессиональные компетенции в соответствии с ФГОС СПО.

Дипломная работа выполняется выпускником с использованием собранных им лично материалов, в том числе в период прохождения преддипломной практики, а также работы над выполнением курсовой работы.

В результате выполнения и защиты дипломной работы у выпускника формируются следующие компетенции:

<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Знания, умения</b>
------------------------	---------------------------------	-----------------------



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p><b>Умения:</b> распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p><b>Знания:</b> актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p><b>Умения:</b> определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 11

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<b>Знания:</b> номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	<b>Умения:</b> определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования <b>Знания:</b> содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<b>Умения:</b> организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<b>Знания:</b> психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<b>Умения:</b> грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе <b>Знания:</b> особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	<b>Умения:</b> описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения <b>Знания:</b> сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в	<b>Умения:</b> соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 13

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	чрезвычайных ситуациях	<b>Знания:</b> правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	<b>Умения:</b> использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности <b>Знания:</b> роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<b>Умения:</b> понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама		
Версия документа - 1	стр. 14	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		<p><b>Знания:</b>          правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы          основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)          лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности          особенности произношения          правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
--	--	---

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	<p><b>Практический опыт:</b>            - выявления основных и второстепенных конкурентов;            - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</p>
		<p><b>Умения:</b>            - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;            - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;            - доводить информацию заказчика до целевой аудитории;            - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;            - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;            - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.</p>
		<b>Знания:</b>



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 15

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<ul style="list-style-type: none"><li>- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;</li><li>- аудиторию различных средств рекламы;</li><li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li><li>- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.</li></ul>
	ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- проведения анализа рынка;</li><li>- проведения качественных аналитических исследований рынка;</li><li>- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.</li></ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- производить качественные аналитические исследования рынка.</li></ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.</li></ul>
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- выявления основных и второстепенных конкурентов;</li><li>- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</li></ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;</li><li>- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.</li></ul>



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<b>Знания:</b> - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять цели и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<b>Практический опыт:</b> - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		<b>Умения:</b> Преобразовывать требования заказчика в бриф
		<b>Знания:</b> - Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
Разработка и осуществление стратегического и тактического	ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний,	- <b>Практический опыт:</b> Планирования системы маркетинговых коммуникаций



планирования  
рекламных и  
коммуникационных  
кампаний, акций и  
мероприятий

акций и мероприятий

**Умения:**

- Определять ключевые цели рекламной кампании
- Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК
- Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения
- Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание
- Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки
- Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач
- Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)
- Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.

**Знания:**

- методики рекламного планирования;
- инструментов рекламного планирования;
- систему маркетинговых коммуникаций;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- принципы выбора каналов коммуникации;



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 18

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<ul style="list-style-type: none"><li>- аудиторию различных средств рекламы;</li><li>- отраслевую терминологию;</li><li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li><li>- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;</li><li>- принципы стратегического и оперативного планирования РК;</li><li>- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета</li><li>- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;</li><li>- принципы функционирования современных социальных медиа;</li><li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li><li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;</li><li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.</li></ul>
	<p>ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.</li></ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;</li><li>- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций</li></ul>



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 19

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

продвижения на рынке  
торговой марки, товаров,  
услуг;  
- создавать план РК с  
учетом поставленных целей  
и задач;  
- осуществлять  
медиапланирование;  
- определять и обеспечивать  
максимальные КРІ в  
пределах рекламного  
бюджета;  
- эффективно настраивать  
рекламную кампанию для  
достижения максимальных  
КРІ;  
- осуществлять руководство  
ходом проведения  
рекламных кампаний;  
- преобразовывать  
требования заказчика в  
бриф;  
- доводить информацию  
заказчика до ЦА;  
- использовать методы и  
способы привлечения  
пользователей к рекламной  
кампании;  
- уметь организовывать и  
уверенно проводить  
рекламные мероприятия;  
- использовать приемы  
привлечения внимания к  
рекламным мероприятиям;  
- использовать приемы  
управления аудиторией и ее  
вниманием при проведении  
рекламных мероприятий.

**Знания:**

- важность учета пожеланий  
заказчика при разработке  
при планировании  
коммуникационных каналов  
и разработке творческих  
стратегий и рекламных  
носителей;  
- логику и структуру плана  
рекламной кампании;



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 79

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<ul style="list-style-type: none"><li>- логику и структуру медиаплана;</li><li>- структуру брифа и требования к нему;</li><li>- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.</li></ul>
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	<b>Практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;</li><li>- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</li><li>- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.</li></ul>
		<b>Умения:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;</li><li>- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.</li></ul>
		<b>Знания:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;</li><li>- способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</li></ul>
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	<b>Практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- подбора и использования оффера;</li><li>- разработки рекламной кампании в сети Интернет.</li></ul>
		<b>Умения:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;</li><li>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li></ul>



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 71

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирование сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК.

**Знания:**

- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 77

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<ul style="list-style-type: none"><li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li><li>- отраслевую терминологию;</li><li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;</li><li>- структуру брифа и требования к нему.</li></ul>
	ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	<b>Практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;</li><li>- реализации рекламной кампании в сети Интернет.</li></ul>
		<b>Умения:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- использовать поисковые системы интернета;</li><li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;</li><li>- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;</li><li>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li><li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li><li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li><li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li><li>- размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li><li>- разрабатывать концепт</li></ul>



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 77

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;

- определять эффективные офферы;
- создавать оригинальные и стильные логотипы;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

**Знания:**

- отраслевою



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 74

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>терминологию;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;</li><li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.</li></ul>
<p>Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>	<p>ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);</li><li>- поиска и подбора оригинального нейма и слогана.</li></ul>
		<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- использовать поисковые системы интернета</li><li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;</li><li>- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;</li><li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li><li>- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.</li></ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li><li>- отраслевую терминологию;</li><li>- требования к визуальным и текстовым материалам в</li></ul>



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 77

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.</li></ul>
	<p>ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании</p>	<p><b>Практический опыт:</b> - определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.</li></ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li><li>- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.</li></ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- отраслевую терминологию;</li><li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании</li></ul>
	<p>ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- оформления текстовых и графических документов;</li><li>- оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;</li><li>- создания визуальных идей</li></ul>



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 76

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

фотоизображений,  
рекламных проектов  
визуальной информации,  
идентификации и  
коммуникации, фото- и  
видеопроектов объекта  
рекламирования с учетом,  
поставленных задач в  
области рекламы.

**Умения:**

- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирование сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
- создавать графические



Минобрнауки России  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Колледж ЧелГУ

Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной  
работы по программам среднего профессионального образования  
по специальности 42.02.01 Реклама

Версия документа - 1

стр. 77

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

материалы рекламного  
характера;

- находить идеи и  
предложения для усиления  
воздействия рекламной  
кампании на ЦА;

- разрабатывать концепт  
дизайна и первичной  
визуализации, представляя  
их в виде мудборда или  
референсов;

- составлять тексты  
информационных, нативных  
и иных сообщений для  
размещения в социальных  
медиа;

- Создавать оригинальные,  
современные по стилю  
сайты;

- разрабатывать креативные  
и качественные макеты  
рекламных и  
информационных  
носителей, в том числе  
инфографику;

- использовать приемы  
внутренней и внешней  
оптимизации сайтов;

- повышать  
информационную  
наглядность сайтов;

- создавать качественные  
макеты иллюстраций для  
публикации в социальных  
сетях.

**Знания:**

- программное обеспечение,  
необходимое для  
макетирования рекламных  
носителей;

- возможности интернет-  
ресурсов для макетирования  
рекламных носителей;

- виды сайтов, их  
возможности и варианты  
применения;

- требования к  
качественному

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама		
Версия документа - 1	стр. 78	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	--

При написании дипломной работы выпускник должен продемонстрировать владение следующими видами деятельности:

- создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
- разработка и осуществление стратегического и тактического планирования

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Колледж ЧелГУ Методические рекомендации по выполнению и защите выпускной квалификационной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама		
Версия документа - 1	стр. 79	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

- проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

## **2. Тематика дипломных работ**

Тематика дипломной работы должна соответствовать содержанию профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования.

Студенту предоставляется право выбора темы дипломной, в том числе предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. Выбор темы дипломной осуществляется исходя из интереса к проблеме, возможности получения фактических данных, а также наличия специальной литературы по данному вопросу. При выборе темы дипломной работы необходимо также учитывать место прохождения производственной (преддипломной) практики. Выбрать тему дипломной обучающемуся необходимо до начала производственной (преддипломной) практики, что обусловлено необходимостью сбора практического материала в период ее прохождения.

По утвержденным темам руководители дипломных работ разрабатывают индивидуальные задания для каждого студента и определяют плановые даты выполнения работы.

Задания на дипломную работу выдаются студенту не позднее, чем за две недели до начала преддипломной практики.

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр. 303	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

## Примерный перечень тем дипломных работ по специальности 42.02.01 Реклама

1. Проект-концепция фирменного стиля предприятия.
2. Разработка и техническое исполнение объемно –пространственных конструкций для наружной рекламы.
3. Разработка и создание видео рекламы.
4. Исследование способов психологического воздействия в современной наружной рекламе
5. Разработка и создание рекламной видеопродукции.
6. Разработка и создание социальной рекламы «Интересы современной молодежи»
7. Эффективность рекламной кампании (на примере компании...)
8. Роль рекламы в формировании корпоративного имиджа организации (конкретный анализ на примере...).
9. Анализ перспективных направлений рекламной деятельности в современной экономической и социокультурной ситуации (аналитический аспект)
10. Креативные стратегии в рекламе как механизм поиска ее успешности (на примере...)
11. Социальная реклама как разновидность коммуникации (на примере...)
12. Роль рекламы в продвижении (отечественного/зарубежного) бренда на российском рынке (на примере...)
13. Особенности рекламы в выставочно-ярмарочной деятельности организации (на примере...)
14. Фирменный стиль как «система идентификации» организации (на примере...)
15. Роль рекламы в конструировании бренда предприятия, организации (на примере...)
16. Обоснование, проектирование и разработка минимальной парциальной рекламной кампании для субъекта хозяйствования, относящегося к микропредприятиям, в части обеспечения элементов фирменного стиля, печатной, аудио и видеорекламы.
17. Обоснование, проектирование и разработка парциальной рекламной кампании для субъекта хозяйствования в части разработки презентационно-сувенирной продукции.
18. Обоснование, определение элементного состава, проектирование и разработка электронного фирменного стиля для субъекта хозяйствования.



19. Методика аналитического определения оптимального состава и разработка пакета эмблематики для субъекта хозяйствования.

20. Методика аналитической оценки коммуникативной эффективности содержания печатной рекламы. Определение и разработка элементного минимума печатной рекламы для субъекта хозяйствования.

21. Проектирование и программирование электронной таблицы бюджетирования разработки рекламной кампании для традиционных локальных массмедиа и наружной рекламы.

22. Проектирование и программирование электронной таблицы бюджетирования размещения рекламной кампании для традиционных локальных массмедиа и наружной рекламы.

23. Объект рекламы как носитель рекламы. Диапазон тестового использования объектов рекламы в современных условиях.

24. Определение функций и диапазона использования сувениров в современных условиях. Проектирование и программирование электронной бриф-матрицы для оптимизации планирования и разработки сувениров.

25. Методы и алгоритмы планирования реакции целевой аудитории на рекламный продукт.

26. Разработка методики и алгоритма формирования и редактирования суггестивного текста рекламного сообщения.

27. Поиск оснований и определение универсальных механизмов пропорционирования и воплощения содержания рекламного сообщения в виде комбинации текстовой, акустической и графической информации для неспецифических носителей рекламы.

28. Определение локальных механизмов и разработка алгоритма пропорционирования и воплощения содержания рекламного сообщения в виде комбинации текстовой, акустической и графической информации в рамках элементов фирменного стиля.

29. Определение локальных механизмов и разработка алгоритма пропорционирования и воплощения содержания рекламного сообщения в виде комбинации текстовой, акустической и графической информации в рамках глянцевого прессы на бумаге и в электронных носителях.

30. Определение локальных механизмов и разработка алгоритма пропорционирования и воплощения содержания рекламного сообщения в виде комбинации текстовой, акустической и графической информации для ежедневных газет на электронных носителях.

31. Определение локальных механизмов и разработка алгоритма пропорционирования и воплощения содержания рекламного сообщения в виде комбинации текстовой, акустической и графической информации для аудиogramм.

32. Определение локальных механизмов и разработка алгоритма пропорционирования и воплощения содержания рекламного сообщения в



виде комбинации текстовой, акустической и графической информации для видеogramм.

33. Разработка и производство серии мокапов для презентации печатной рекламы на базе локальной прессы и статической наружной рекламы.

34. Разработка серии мокапов для презентации аудиоэфирной рекламы на базе локальных носителей рекламы FM-диапазона.

35. Разработка серии мокапов для презентации видеogramм на базе локальных носителей.

36. Выделение главенствующих принципов формирования названия, определение механизмов и разработка алгоритма нейминга для производства названий субъектов хозяйствования.

37. Ренейминговая парциальная кампания для субъекта хозяйствования малого бизнеса.

38. Выделение главенствующих принципов формирования названия, определение механизмов и разработка алгоритма нейминга для производства названий объектов рекламы.

39. Исследование и воздействие на покупательное поведение различных видов рекламы на примере продвижения конкретного товара.

40. Videоблоггинг в рекламе.

41. Разработка фирменного стиля для творческой мастерской или мануфактуры

42. Анализ эффективности рекламной деятельности на примере анализа рекламной деятельности субъекта хозяйствования.

43. Разработка социальной рекламы для некоммерческого социального субъекта хозяйствования.

44. Стратегия рекламной кампании.

45. Разработка коммуникационной программы, направленной на повышение узнаваемости творческой мастерской или мануфактуры.

46. Разработка серии мокапов для презентации видеogramм на базе локальных носителей.

47. Разработка медиа-плана для продвижения рекламно-производственного субъекта хозяйствования.

48. Разработка парциальной рекламной кампании для субъекта хозяйствования.

49. Избирательная кампания как рекламный PR-процесс.

50. Особенности разработки средств продвижения рекламного продукта

51. Особенности разработки маркетинговой части бизнес-плана действий.

52. Роль PR-акций в формировании имиджа.

53. Основные приемы и структура проведения PR-акций.

54. Особенности проведения рекламных акций в СМИ.

		Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ	
Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство			
Версия документа - 1	стр. 33	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

55. Особенности планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта.

56. Особенности подготовки документации для регистрации авторских прав. 57. Особенности работы с рекламой в СМИ.

58. Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

59. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда (на примере предприятия по выбору студента).

60. Разработка рекламной кампании среднего специального образовательного учреждения

61. Разработка рекламной кампании для литературно-художественного издания

62. Разработка бизнес-плана рекламного агентства.

63. Нестандартные формы и методы рекламы, оценка коммуникативной и экономической эффективности (на примере предприятия по выбору студента).

64. Сценарий рекламного ролика как часть рекламной стратегии (на примере предприятия по выбору студента).

65. Роль рекламы в продвижении различных СМИ, методы комплексного рекламного воздействия на аудиторию СМИ.

66. Разработка комплексной рекламной кампании организации, товара, услуги, бренда (на конкретном практическом примере).

67. Использование сленга и нестандартных вербальных форм в рекламе (по сегментам аудитории, товарам и услугам, соответствии закону «О Рекламе».) 68. Оценка эффективности рекламной кампании в сети Интернет (на конкретном практическом примере).

69. Разработка бизнес плана рекламного агентства (на примере предприятия по выбору студента).

70. Управление персоналом и его влияние на эффективность деятельности организации (на примере предприятия по выбору студента).

### **3. Структура и содержание дипломной работы**

Дипломная работа должна содержать следующие элементы:

- Титульный лист
- Задание на выпускную квалификационную работу
- Отзыв руководителя
- Рецензия
- Содержание (оглавление):



- Введение
- Основная часть (главы 1, 2 и т.д.)
- Заключение
- Список использованной литературы (Библиографический список)
- Приложения.

Содержание (оглавление) включает введение, наименование всех разделов, подразделов (параграфов), заключение и номера страниц, с которых начинаются эти элементы дипломной работы. Весь последующий текст в соответствии с планом работы должен быть разбит на главы, а главы на параграфы.

Введение, заключение, библиография и приложения в дипломной работе не нумеруются. В основной части работы разделы обозначаются и нумеруются двумя основными способами.

Способ первый:

1. Наименование первого раздела (главы)
  - 1.1. Наименование первого пункта первого раздела
  - 1.2. Наименование второго пункта первого раздела
2. Наименование второго раздела (главы)
  - 2.1. Наименование первого пункта второго раздела
  - 2.2. Наименование второго пункта второго раздела и т.д.

В каждом пункте могут быть указаны и подпункты (1.1.1, 1.1.2.; 1.2.1., 2.3.2., 3.2.1.)

Способ второй:

Глава 1. Её наименование

§ 1. Наименование первого параграфа первой главы

§ 2. Наименование второго параграфа первой главы

и точно также далее по другим главам.



В работе рекомендуется выделять две-три главы.

Проект подготовленного плана дипломной работы студент представляет руководителю, который редактирует его, высказывает замечания и предложения.

Основой формирования текста выпускной работы является информация, полученная студентом при анализе теоретических источников, собственных представлений и идеи, сформировавшихся в результате исследования и в ходе прохождения преддипломной практики.

ВВЕДЕНИЕ (на 2-3 страницах) должно включать ряд общеобязательных рубрик: актуальность темы; объект и предмет исследования; цель и задачи исследования; характеристику методологической базы исследования.

*Актуальность темы.* Актуальность темы определяется через её значимость, важность, злободневность, приоритетность среди других направлений лесохозяйственной деятельности. Обоснование актуальности является обязательным требованием дипломной работы. Студент должен корректно сформулировать актуальность в рамках выбранной темы. Это возможно при осведомленности о современном состоянии лесного и лесопаркового хозяйства.

*Цель исследования* формулируется кратко и предельно точно, в смысловом отношении выражая основное содержание работы исходя из темы ВКР. Цель подробно конкретизируется и развивается в задачах исследования.

*Например:*

Цель исследования – разработка проекта организации лесного хозяйства в особо ценных лесах.

*Задачи исследования* определяются как относительно самостоятельные, законченные промежуточные этапы исследования, позволяющие студенту в своей совокупности, реализовать поставленную в работе цель.



Задач должно быть несколько и традиционно они формулируются в форме перечисления: описать..., выявить..., проанализировать..., обобщить..., разработать..., охарактеризовать...и т.д. Каждая из задач в отдельности представляет собой последовательный шаг исследователя в процессе продвижения к обозначенной цели.

Задачи исследования должны найти свое отражение в составляемом рабочем плане исследования (решению одной или нескольких задач обычно посвящается один параграф в работе). В этой связи редакционная формулировка задач исследования близка по своей сути к названиям параграфов дипломной работы

В разделе методические аспекты исследования должны быть перечислены методы и методики, которые использовались в ходе выполнения работы.

**ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ** дипломной работы структурно может выглядеть следующим образом:

- обзор теоретического материала по теме исследования
- освещение состояния разработанности изучаемого вопроса
- методические аспекты исследования
- результаты исследования и их обсуждение
- рекомендации, которые могут быть предложены в ходе подготовки работы
- выводы, содержащие положения констатирующего и оценочного характера.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК** (список использованных источников) содержит перечень всех использованных при подготовке информационных источников с указанием их выходных данных.

Оформление библиографического списка дипломной работы должно соответствовать ГОСТам:



- ГОСТ 7.1.–2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. (Дата введения 01.07.2004);
- ГОСТ 7-80.2000 Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления (Дата введения 01.07.2000);
- ГОСТ 7.82-2001 Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов (Дата введения 01.07.2002);
- ГОСТ 7.0.5-2008 Библиографическая ссылка (Дата введения 28.04.2008);
- ГОСТ 7.0.12-2011 Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила (Дата введения 01.09.2012).

Следует иметь ввиду, что библиографический список должен включать в себя источники последних 5 лет. Сюда не относятся классические труды признанных отечественных и зарубежных ученых по данной проблематике, изданных в виде монографий и не переиздававшихся после 2019 года. Количество источников должно быть не менее 20, включая интернет- ресурсы.

**ПРИЛОЖЕНИЯ** – аналитические справки, таблицы, проекты, и иные материалы в виде иллюстраций. Обязательным структурным элементом работы приложения не являются.

Приложения помещают после библиографического списка в порядке их упоминания в тексте. Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в верхнем правом углу слова «Приложение». Само приложение должно иметь содержательный заголовок, начинающийся с прописной буквы. Приложение нумеруются буквами алфавита. Приложение А. Объем приложений и их количество не ограничено. Нумерация страниц приложений является сквозной.

Общий объём дипломной работы вместе с заключением и

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр.38	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

библиографическим списком (без приложений) должен составлять около 30-50 страниц компьютерного текста.

Дипломная работа подлежат обязательному рецензированию. Внешнее рецензирование дипломной работы проводится с целью обеспечения объективности оценки труда выпускника. Работы рецензируются специалистами по тематике дипломной работы из профильных организаций.

#### **4. Общие требования к оформлению дипломной работы**

Требования к оформлению дипломной работы должны соответствовать требованиями ЕСТД и ЕСКД, ГОСТ 7.32.-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу «Отчет о научно-исследовательской работе», ГОСТ 7.1.-2003.

«Библиографическая запись. Библиографическое описание», ГОСТ 7.82.-2001.

Текст выполняться печатным способом с использованием компьютера и принтера Текст: формат – doc, размер страницы А4, шрифт Times New Roman, кегль – 14, междустрочный интервал – 1,5 (в настройках Абзац/Интервал/Перед и После – 0), в электронном виде (в формате WORD) и на бумажном носителе за подписью автора. По всем сторонам листа оставляют поля от края листа. Размеры: левого поля – 30 мм; правого поля – 10 мм; верхнего поля – 20 мм; нижнего поля – 20 мм. Красная строка (отступ первой строки) по тексту работы – 1,25. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определённых терминах, формулах, применяя шрифты разной гарнитуры. По всему тексту работы и в сносках должны быть одинаковые №, а не N; «>», а не " .

Нумерация страниц, разделов, подразделов, пунктов, рисунков, таблиц, формул, осуществляется арабскими цифрами без знака №.

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр.39	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Номера присваиваются всем страницам, начиная с титульного листа до последней страницы, без пропусков и повторений. Номер на титульном листе не ставят, нумерация страниц проставляется со второй страницы.

Заголовки структурных частей студенческих работ «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ», «РЕЦЕНЗИЯ», «ОТЗЫВ» и заголовки разделов основной части следует располагать по центру строки без точки в конце и печатать прописными буквами, жирным шрифтом, без подчеркивания.

Заголовки подразделов и пунктов печатают строчными буквами (первая – прописная) по центру строки жирным шрифтом без точки в конце. Заголовок не должен состоять из нескольких предложений. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Расстояние между заголовками структурных частей и текстом составляет два междустрочных интервала (междустрочный интервал – 1,5 строки). Расстояние между заголовками подразделов и пунктов и текстом – один междустрочный интервал (междустрочный интервал – 1,5 строки).

Каждую главу работы и «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» необходимо начинать с новой страницы.

Главы работы нумеруют по порядку в пределах всего текста, например: 1, 2, 3 и т.д.

Иллюстрации следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе.

Иллюстрации обозначают словом «Рисунок» и нумеруют арабскими цифрами порядковой нумерации в пределах всей работы, за исключением иллюстраций приложений, например: *Рисунок 1, Рисунок 2.*

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр 19	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Схема – это изображение, передающее обычно с помощью условных обозначений и без соблюдения масштаба основную идею какого-либо устройства, предмета, сооружения или процесса и показывающее взаимосвязь их главных документов. Обозначение схем и общие требования к их выполнению установлены ГОСТ 2.703-200.

Диаграмма – это графическое изображение, наглядно показывающее функциональную зависимость двух и более переменных величин; способ наглядного представления информации, заданной в виде таблиц чисел.

Основной текст работы следует писать без сокращений. Исключение составляют общепринятые сокращения.

Библиографическая ссылка – совокупность библиографических сведений о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте источнике (его составной части или группе источников), необходимых для его общей характеристики, идентификации и поиска.

Необходимо помнить, что в сноске указывается конкретная страница в книге или журнале, на которой расположена приводимая в тексте цитата. Полное количество страниц в книге или интервал страниц, на которых размещена статья в журнале, указываются только в библиографическом списке.

В этом случае в квадратных скобках указывается номер издания в соответствии со списком использованных источников, а при полном цитировании и номер страницы. Например:

- Анализ результатов исследований, представленный в ряде работ [10,15, 22], позволяет сделать следующий вывод.
- «Проект лесостроительства – это ...» [2, с. 24].

При ссылках на стандарты и технические условия указывают только их обозначение, при этом допускается не указывать год их утверждения при

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

условии полного описания стандарта и списке использованных источников в соответствии с ГОСТ 7.1- 2003.

В дипломных работах использованные источники следует располагать в алфавитном порядке фамилий первых авторов (заглавий), затем нормативные документы и электронные ресурсы.

Сведений об источниках, включаемых в список, необходимо давать в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-2003 с обязательным приведением названий работ.

## **5. Защита дипломной работы**

Защита – представление результатов деятельности студента с целью добиться их признания и получить соответствующую оценку и/или квалификацию (в рамках выпускной квалификационной работы).

По завершении обучающимся подготовки дипломной работы руководитель проверяет качество работы, подписывает ее и вместе с заданием и своим письменным отзывом возвращает студенту.

В отзыве руководителя работы указывается актуальность работы, а также отношение обучающегося к ее выполнению, проявленные (не проявленные) им способности, оцениваются уровень освоения общих и профессиональных компетенций, знания, умения обучающегося, продемонстрированные им при выполнении работы, а также степень самостоятельности обучающегося и его личный вклад в раскрытие проблем и разработку предложений по их решению. Заканчивается отзыв выводом о возможности (невозможности) допуска дипломной работы к защите. Студент

обязан до защиты передать в учебную часть дипломной работы в окончательном ее варианте со всеми необходимыми документами, а именно: печатный текст работы, оформленный надлежащим образом;

– заполненный бланк задания по подготовке работы, подписанный

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр. 2 <sup>1</sup>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

научным руководителем (см. приложение Б);

- рецензию, написанную работником профильной организации с подписью заверенной печатью (см. приложение В);
- отзыв научного руководителя.

Рецензия должна включать:

- заключение о соответствии работы заявленной теме и заданию на нее;
- оценку качества выполнения каждого раздела работы;
- оценку степени разработки поставленных вопросов и практической значимости работы;
- общую оценку качества выполнения работы.

Внесение изменений в дипломную работу после получения рецензии не допускается.

Работу необходимо представить в сброшюрованном виде. Задание, рецензию и отзыв рекомендуется поместить сразу после титульного листа.

Дипломная работа в окончательном ее варианте со всеми необходимыми документами должна быть сдана в учебную часть Колледжа в сроки, установленные внутренними документами ЧелГУ.

Несвоевременное представление работы может послужить основанием для исключения студента из списка допущенных к защите.

К защите дипломной работы допускаются лица, завершившие полный курс обучения по образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Защита представляет собой выступлении автора с кратким изложением основных идей работы и выводов по ней (до 10 минут).

Структура защитной речи выглядит следующим образом:

- обоснование актуальности темы и работы (цель и задачи исследования);

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр. 22	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- методы, используемые в работе;
- основные результаты исследования;
- выводы должны четко соответствовать поставленной цели и задачам;
- ответы на замечания рецензента.

Чаще всего встречаются следующие ошибки:

- студент не соотносит выводы с целью и задачами работы;
- студент перечисляет свои действия (была рассмотрена классификация, была проанализирована литература по теме), вместо того, чтобы изложить выводы, к которым он пришел в результате проделанной работы;
- студент уделяет основное внимание изложению теоретических положений работы, но при этом слабо освещает практическую часть своего исследования;
- студент подробно останавливается на содержании каждой главы и не успевает огласить общие выводы.

Основные правила построения защитной речи:

- не отклоняться от темы;
- четко выделять ключевые понятия;
- ясно и доходчиво излагать основные положения защиты;
- говорить простыми предложениями;
- обязательно приводить примеры, иллюстрирующие положения, практические результаты, выводы по исследованию.

Защита дипломной работы сопровождается мультимедийной презентацией порезультатам исследования, выполненная в программе Microsoft PowerPoint.

Защита дипломных работ проводится на открытом заседании Государственной аттестационной комиссии. Процедура защиты

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

включает: доклад студента, зачитывание отзыва и рецензии, вопросы членов комиссии, ответы студента.

Может быть предусмотрено выступление руководителя дипломной работы, а также рецензента, если он присутствует на заседании Государственной аттестационной комиссии.

При определении итоговой оценки по защите дипломной работы учитывается: соответствие текста дипломной работы требованиям; качество устного доклада выпускника; свободное владение материалом работы; глубина и точность ответов на вопросы; отзыв руководителя и рецензия.

В критерии оценки, определяющие уровень и качество подготовки студента по специальности, его профессиональные компетенции входят:

- уровень готовности к осуществлению основных видов деятельности в соответствии с квалификационной характеристикой;
- уровень усвоения студентом материала, предусмотренного учебными программами дисциплин;
- уровень знаний и умений, позволяющий решать профессиональные задачи;
- обоснованность, четкость, полнота изложения ответов;
- уровень информационной и коммуникационной культуры.

После публичного заслушивания всех дипломных работ, представленных на защиту, проводится закрытое заседание аттестационной комиссии, на котором обсуждаются результаты прошедших защиту работ, выносятся общая оценка каждому студенту: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

- оценка «5» (отлично) ставится в случае, когда содержание представленной работы соответствует ее названию, просматривается четкая

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство		
Версия документа - 1	стр. 24	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

целевая направленность, необходимая глубина исследования. При защите работы аттестуемый логически последовательно излагает материал, базируясь на прочных теоретических знаниях по избранной теме. Стил ь изложения корректен, работа оформлена грамотно, в соответствии с ГОСТом. Допустимы единичные неточности, не являющиеся следствием незнания или непонимания излагаемого материала;

- оценка «4» (хорошо) – содержание представленной работы соответствует ее названию, просматривается целевая направленность. При защите работы аттестуемый соблюдает логическую последовательность изложения материала, но обоснования для полного раскрытия темы недостаточны.

- оценка «3» (удовлетворительно) – допущены ошибки или недочеты, но при этом аттестуемый обладает обязательными знаниями по излагаемой работе;

- оценка «2» (неудовлетворительно) – допущены существенные ошибки, аттестуемый не обладает обязательными знаниями по излагаемой теме в полной мере или значительная часть работы выполнена не самостоятельно.

Оценка выносится простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании (при равенстве голосов, решающим является голос председателя).

По окончании закрытого заседания возобновляется публичное открытое заседание комиссии, на которое вместе со студентами приглашаются все желающие.

Председатель кратко подводит итоги, объявляет оценки по защищенным на данном заседании выпускным квалификационным работам.

Обучающиеся, не прошедшие ГИА или получившие на ГИА

	Минобрнауки России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
Методические рекомендации по выполнению и защите дипломной работы по программам среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство			
Версия документа - 1	стр. 25	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

неудовлетворительные результаты, проходят ГИА не ранее чем через шесть месяцев после прохождения ГИА впервые. Повторное прохождение ГИА для одного лица назначается образовательной организацией не более двух раз.

Ход заседания Государственной аттестационной комиссии протоколируется. В протоколе фиксируются: итоговая оценка выпускной квалификационной работы, вопросы, присуждение квалификации и особые мнения членов комиссии. Протоколы заседаний государственной аттестационной комиссии подписываются председателем ГАК (в случае отсутствия председателя – его заместителем) и ответственным секретарем ГАК.