

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Гуманітарний інститут
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

С. М. Вернигора

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Галузь знань: 0303 журналістика та інформація
Напрямок підготовки: 6.030302 реклама та зв'язки з громадськістю
Кваліфікація: бакалавр з реклами та зв'язків з громадськістю

КИЇВ 2015

УДК 378.659(477)
В35

Методичні рекомендації схвалено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка (протокол № 3 від 30 жовтня 2015 року)

Рецензенти:

Горбенко Г. В., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка

Курбан О. В., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка

Вернигора С. М.

В35 Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи бакалавра : методичні матеріали для студентів напряму підготовки «Реклама та зв'язки з громадськістю» / С. М. Вернигора. – Київ : Білий тигр, 2015. – 36 с.

Методичні рекомендації призначені для використання студентами під час виконання та оформлення випускної кваліфікаційної роботи бакалавра напряму підготовки «Реклама та зв'язки з громадськістю».

У матеріалах містяться вимоги до структури кваліфікаційної роботи у формі проекту, а також правила оформлення бакалаврської роботи. Пропонуються додатки з прикладами оформлення структурних елементів випускної кваліфікаційної роботи бакалавра. Зібрані основні правила, вимоги та рекомендації щодо захисту бакалаврських проектів та їх наукового керівництва.

УДК 378.659(477)

© Вернигора С. М., 2015
© Гуманітарний інститут КУБГ, 2015

ЗМІСТ

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	4
1.1. Характеристика, мета і завдання бакалаврської роботи	4
1.2. Основні етапи підготовки та виконання кваліфікаційної роботи бакалавра	6
II. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА	6
2.1. Вибір теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника	6
2.2. Структура кваліфікаційної роботи	7
2.3. Вимоги до обґрунтування проекту.....	9
III. ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА	10
3.1. Загальні вимоги	10
3.2. Цитування та посилання на використані джерела	12
IV. ЗАХИСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА	12
4.1. Допуск до захисту	12
4.2. Порядок захисту кваліфікаційної роботи бакалавра	13
4.3. Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи бакалавра	14
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	17
ДОДАТКИ	18

І. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Характеристика, мета і завдання бакалаврської роботи

Бакалаврська робота є підсумком теоретичної і практичної підготовки в рамках нормативної та варіативної складових освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів. Виконання і захист бакалаврської роботи є завершальним етапом навчання за освітнім напрямом «Реклама та зв'язки з громадськістю», формою державної атестації випускників.

Кваліфікаційна робота повинна бути самостійною творчою роботою випускника, спеціально підготовленою для захисту. Вона має засвідчити рівень професійної підготовки випускника, вміння застосовувати здобуті в навчальному закладі знання для розв'язання практичних завдань, наявність здобутих професійних компетенцій, здатність критично та креативно мислити, вміння аргументувати власні позиції щодо виконаного проекту.

Бакалаврська кваліфікаційна робота є прикладною і складається з двох обов'язкових компонентів:

- творча робота,
- обґрунтування проекту.

Самостійна творча робота випускника – це проект у галузі реклами та зв'язків з громадськістю. *Проект бакалаврської кваліфікаційної роботи – це комплекс продуктів (не менше 5 продуктів)*. Так, наприклад, однієї публікації «вірусного» посту у соціальній мережі недостатньо для бакалаврської кваліфікаційної роботи. Проектом бакалаврської кваліфікаційної роботи, наприклад, з реклами є підготовка та реалізація рекламної кампанії, яка передбачає публікацію «вірусного» посту у соціальній мережі, підготовку відеоролика, аудіо, публікацію у періодичних виданнях тощо, що стосуються суб'єкту реклами.

Бакалаврська кваліфікаційна робота зі спеціалізації реклама та зв'язки з громадськістю передбачає розробку концепції і стратегії просування продукту, що включає підготовку комплексу документів:

1. Бриф.
2. Організаційна структура.
3. Проект кампанії:
 - зміст проекту;
 - резюме проекту;
 - аналіз маркетингової ситуації;
 - визначення цілей;
 - визначення цільової аудиторії;
 - визначення творчої стратегії, розробка ідей;
 - SWOT-аналіз;
 - календарний план;

- визначення бюджету;
- вибір засобів поширення інформації про продукт, медіаплан;
- розробка рекламних \ PR продуктів;
- виготовлення та розміщення рекламних \ PR продуктів;
- оцінка результатів кампанії.

4. Звіт про реалізацію проекту.

5. Додаткові креативні матеріали (фото, сценарії рекламних роликів, сюжетів, заходів; приклади розміщених статей; прес-релізи, інші PR документи; макети розробленої рекламної продукції, фірмового стилю тощо) – загалом не менше 5 за доцільним вибором.

6. Відгук замовника, завірений печаткою та підписом.

7. Електронна презентація проекту в Power Point.

Як виняток, за рішенням кафедри випускник може писати наукову роботу в межах кафедральної тематики. Кафедра повинна обґрунтувати нагальну необхідність розробки бакалавром наукової теми. У такому разі робота бакалавра повинна мати пошуково-дослідницький характер, предметом вивчення має бути раніше недосліджуваний матеріал або неаналізована до цього діяльність практиків сфери реклами та зв'язків з громадськістю.

Кваліфікаційні роботи виконуються на завершальному етапі навчання студентів у вищому навчальному закладі і передбачають:

- систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань зі спеціальності та застосування їх під час вирішення конкретних завдань;

- розвиток навичок самостійної роботи й оволодіння методиками, що пов'язані з виконанням виробничих функцій та типових завдань практичної діяльності, що визначені в освітньо-кваліфікаційній характеристиці.

Мета кваліфікаційної роботи – виявити практичну підготовку фахівців, їх знання в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.

Основне завдання автора кваліфікаційної роботи бакалавра – продемонструвати здатність створювати якісний рекламний або PR продукт.

Кваліфікаційну роботу виконують усі здобувачі освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр». Під час оцінювання випускної кваліфікаційної роботи виходять з того, що бакалавр з реклами та зв'язків з громадськістю повинен

уміти:

- аналізувати рекламний та PR ринки;
- визначати цілі та завдання рекламної або PR-кампанії;
- визначати цільову аудиторію рекламної або PR-кампанії;
- розробляти концепцію творчої ідеї;
- розраховувати бюджет рекламної або PR-кампанії;
- розробляти медіаплан;
- розробляти рекламний або PR продукт;

- виготовляти та розміщувати рекламний або PR продукт;
- розробляти промоційні заходи для просування рекламного або PR-продукту;
- оцінювати результати рекламної або PR- кампанії.

Мова бакалаврської кваліфікаційної роботи – українська.

Робота має відповідати методичним рекомендаціям до написання такого типу робіт.

1.2. Основні етапи підготовки та виконання кваліфікаційної роботи

Основними етапами виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи є:

- вибір теми та її затвердження;
- отримання завдання та складання поетапного плану виконання проекту;
- дослідження рекламного/PR ринків та цільової аудиторії;
- обґрунтування схеми виконання рекламного або PR проекту;
- підготовка обґрунтування проекту;
- реалізація проекту;
- попереднє подання бакалаврської кваліфікаційної роботи на кафедру для перевірки;
- у разі потреби доопрацювання проекту з урахуванням зауважень наукового керівника;
- попередній захист бакалаврської кваліфікаційної роботи на випусковій кафедрі (не пізніше ніж за 15 днів до державного захисту) та допуск до захисту;
- отримання відгуку керівника роботи;
- зовнішнє рецензування роботи;
- захист бакалаврської кваліфікаційної роботи на засіданні Державної екзаменаційної комісії.

У процесі створення проекту студент повинен дотримуватися графіка виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи (Додаток А).

II. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

2.1. Вибір теми кваліфікаційної роботи

Тематичне спрямування робіт розробляється кафедрою. Під час розгляду і призначення тем кваліфікаційних робіт враховуються фахові інтереси студентів, які вони виявили за час навчання, а також актуальність і новизна теми дослідження, наявність бази для його виконання, можливість отримання готового рекламного або PR-продукту. Тема обирається студентом за погодженням з науковим керівником й затверджується на засіданнях кафедри, Вченої ради інституту.

Керівник бакалаврської кваліфікаційної роботи впродовж усього періоду підготовки надає допомогу студенту, контролює систематичність виконання усіх етапів роботи, ступінь самостійності виконання та завершеності проекту.

2.2. Структура та наповнення кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота складається з двох частин та додатків. Назва кожної складової частини розміщується на шмуцтитулі.

Титульна сторінка. Титульна сторінка кваліфікаційної роботи оформлюється за встановленою формою (Додаток Б).

У «**ЗМІСТІ**» вказати назви й сторінки частин проекту (Додаток В).

У **першій частині** кваліфікаційної роботи пропонується анотація рекламного або PR-проекту. Обсяг анотації – не більше однієї сторінки. Довідкова анотація перш за все уточнює назву документа, вона може подавати додаткові відомості про форму, жанр, призначення та інші особливості продукту. Анотація повинна бути максимально короткою й не пропонувати розгорнутої характеристики рекламного або PR-проекту.

Структура анотації:

- Вступна частина з вихідними даними – назва матеріалу, що анотується.
- Відомості про форму, призначення та інші особливості рекламного або PR-продукту.
- Відомості про зміст рекламного або PR-проекту (Додаток Г).

Друковані примірники рекламного або PR-продукту вкладається у конверт формату А 4, який розміщується на картонній сторінці роботи. У той самий конверт вмщують диски (презентація, відео, аудіо матеріали), рецензію та відгук. Диски обов'язково підписують. До конверта додається опис вкладення (опис вкладення містить назви документів, які розміщені у конверті) (Додаток Д).

Окрім власне рекламного або PR-продукту (або посилання на нього, якщо це сайт), у першій частині розміщують сценарій промоційних заходів.

У **другій частині** кваліфікаційної роботи пропонується супроводжувальний документ – **ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ**, в якому зазначаються усі найголовніші параметри рекламного або PR-проекту: актуальність, мета і завдання, стислий опис процесів підготовки того чи іншого продукту, використані технічні засоби, список джерел тощо. Обсяг документа «**ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ**» складає **20–25** сторінок (1 д. а. (40 000 знаків)).

Бакалаврська кваліфікаційна робота, що передбачає розробку та реалізацію рекламної кампанії, повинна включати:

- 1) обґрунтування вибору реклами як інструменту комунікації для запропонованого продукту або послуги,

- 2) сегментування ринку,
- 3) позиціонування продукту,
- 4) визначення досліджень, які необхідно провести,
- 5) розробку рекламної стратегії,
- 6) розробку медіа стратегії та медіаплану,
- 7) визначення критеріїв оцінки ефективності розробленої рекламної кампанії.

Комплексом підготованих рекламних продуктів бакалаврської кваліфікаційної роботи у галузі реклами можуть бути:

1. Друкована реклама в ЗМІ
2. Аудіо реклама
3. Телереклама
4. Реклама в Інтернеті (Seo-текст, контекстна і банерна реклама)
5. «Вірусний» пост у соціальній мережі
6. Рекламний текст для білборду
7. Слоган рекламної кампанії
8. Назва (нейм) для продукту чи послуги
9. Рекламна стаття.

Бакалаврська кваліфікаційна робота, що передбачає розробку та реалізацію PR-кампанії, повинна включати:

- 1) обґрунтування вибору PR як інструменту комунікації для певного суб'єкта,
- 2) сегментування ринку і позиціонування суб'єкта,
- 3) визначення досліджень, які необхідно провести і проведення ситуаційного аналізу,
- 4) розробку концепції та стратегії PR-кампанії,
- 5) розробку медіа стратегії та медіаплану,
- 6) створення інформаційних приводів,
- 7) визначення критеріїв оцінки ефективності розробленої PR-кампанії.

Комплексом підготованих PR-продуктів бакалаврської кваліфікаційної роботи у галузі зв'язків з громадськістю можуть бути:

1. Прес-анонс, прес-реліз, пост-реліз.
2. Бекграундер.
3. Заява для ЗМІ.
4. Факт-лист.
5. Ньюслеттер.
6. Запрошення.
7. Промова для публічної особи (обсяг – 2 сторінки А4).
8. Кейс-сторі.
9. Оглядова стаття.

Розробка та реалізація комплексу продуктів здійснюється на основі співпраці з реальними організаціями, установами, інститутами особами тощо.

2.3. Вимоги до обґрунтування проекту

Рекламний або PR проект потребує супроводжувального документу – **обґрунтування проекту**, в якому зазначаються усі найголовніші його параметри: актуальність, мета і завдання, стислий опис процесів підготовки того чи іншого продукту, використані технічні засоби, список джерел.

Структура ОБґРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ:

Частина II. ОБґРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ (шмуктитул)

Вступ

Актуальність проекту. Вказуються особливості запропонованого проекту, його відмінність від подібних проектів, новизна проекту, сфера застосування.

Мета проекту. Формулюють бажаний результат кваліфікаційної роботи. Мета проекту – це запланований результат, який саме продукт буде вироблено або покращено показники існуючого.

Завдання проекту. Завдання – це конкретні кроки студента для досягнення мети. Завдання слід формулювати відповідно до мети. Зазвичай це роблять у вигляді переліку (*розробити концепцію...; створити макет...; спроектувати промоакцію...; змодельовати... тощо*).

Розділ 1. Теоретичне та економічне обґрунтування проекту

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проекту

Методи дослідження ринку та аудиторії проекту. Це може бути описовий метод, опитування, аналіз, синтез, моделювання. Варто зазначити специфіку аудиторії (перелік вікових, соціальних та інших груп, що можуть споживати або споживають інформації (продукт)).

1.2. Фінансові умови реалізації проекту

Проводяться розрахунки економічної ефективності проекту (за яких умов проект принесе прибуток).

Розділ 2. Технічні характеристики та дизайн рекламного або PR-продукту

2.1. Загальна характеристика рекламної або PR-кампанії

У цьому підрозділі обґрунтовується назва, розглядається специфіка етапу планування, технічні і програмні засоби (необхідні для втілення проекту).

Роз'яснюються технічні характеристики (з обґрунтуванням формату, обсягу – залежно від виду продукту). Пропонується опис з обґрунтуванням структури (кількість частин, розділів, блоків) проекту.

2.2. Оцінювання ефективності рекламної або PR-кампанії

Описується робота оцінювання ефективності рекламної або PR-кампанії.

Розділ 3. Просування суб'єкта реклами або PR на ринку

3.1. Канали поширення рекламного або PR-продукту

Аналізуються умови впровадження (вказати умови та канали поширення).

3.2. Розробка концепції промоції суб'єкта реклами або PR Студент пропонує низку промозаходів та доводить їх ефективність.

Список використаних джерел (20–25 джерел). Список джерел подають в алфавітному порядку. Приклади оформлення джерел у додатку Ж.

ІІІ. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

3.1. Загальні вимоги

Бакалаврська робота виконується українською мовою і оформлюється відповідно до вимог. Кваліфікаційну роботу друкують на комп'ютері з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм) з полуторним міжрядковим інтервалом. Шрифт друку повинен бути чітким, чорного кольору, середньої жирності.

Титульний аркуш роботи (див. Додаток Б).

містить таку інформацію: назва навчального закладу, кафедри, тема, шифр напряму підготовки, прізвище та ініціали наукового керівника, його науковий ступінь та вчене звання, прізвище та ініціали студента

Зміст подають на початку кваліфікаційної роботи (див. Додаток В).

Нумерація. Нумерація сторінок, розділів параграфів, таблиць подається арабськими цифрами без знака № у правому верхньому кутку сторінки без крапки в кінці.

Першою сторінкою бакалаврської роботи є титульний аркуш, який включається до загальної нумерації сторінок, але номер сторінки (1) не ставиться. На наступних сторінках номер ставиться в правому верхньому кутку сторінки без крапки в кінці.

Ілюстрації. Основними видами ілюстративного матеріалу в кваліфікаційних роботах є: фотографія, репродукція, плакат, елементи фірмового стилю, логотип, знаки візуальної комунікації, шрифт, креслення, схема, графік тощо. Ілюструють кваліфікаційні роботи тільки необхідним якісним матеріалом. Кожна ілюстрація має відповідати тексту, а текст — ілюстрації.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу (за винятком ілюстрацій, поданих у додатках). Номер ілюстрації складається з номера розділу й порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад: «Рис. 1.3» (третій рисунок першого розділу). Номер ілюстрації, її назва й пояснювальний підпис розміщується безпосередньо під ілюстрацією.

Номер ілюстрації та відповідну назву розміщують під рисунком. За необхідності ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (текстівка).

У тому місці кваліфікаційної роботи, де викладається тема, пов'язана з ілюстрацією, якщо треба вказати на неї, посилання розміщують у вигляді висловлення в круглих дужках, наприклад: (рис. 2.1) або зворот типу: «... як це видно з рис. 2.1» або «...як це показано на рис. 2.1».

Якщо в тексті роботи використовуються ілюстрації (малюнки, графіки, схеми) і таблиці, то вони подаються безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше. Якщо ілюстрація чи таблиця мають розмір більший за формат А 4, то її можна розмістити в ДОДАТКАХ.

Таблиці. Таблиці нумеруються послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) в межах розділу. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщується напис: «Таблиця» із зазначенням її номера. Номер таблиці повинен складатися з номера розділу й порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: «Таблиця 1.2» (друга таблиця першого розділу).

Якщо таблиця переноситься на наступну сторінку, то над таблицею пишеться «Продовження табл.» і вказується її номер, наприклад: «Продовження табл. 1.2». Назви граф у таблиці пишуться з великої літери, підзаголовки – з маленької, якщо вони складають одне речення із заголовком. Якщо вони самостійні, то пишуться з великої літери.

Цифровий матеріал, зазвичай, повинен оформлюватися у вигляді таблиць. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею та друкують симетрично до тексту. Назву й слово «**Таблиця**» починають з великої літери курсивом. Назву наводять жирним шрифтом.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті так, щоб її можна було читати без повороту зшитого блоку роботи або з поворотом за стрілкою годинника. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на наступну сторінку. При посиланні в тексті на таблицю слово «таблиця» пишеться скорочено, наприклад: «... в табл. 2.2».

Додатки

У додатках можна запропонувати матеріали, які не увійшли в основну частину роботи.

Перед додатками згідно із загальною нумерацією сторінок слід розмістити шмуцтитул, на якому великими літерами (напівжирними) позначити структурну складову роботи: **ДОДАТКИ**.

Розміщуються додатки в кінці кваліфікаційної роботи, у порядку появи посилань у тексті. Додаток повинен мати заголовок, який друкується посередині малими літерами (перша – велика).

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад, додаток А, додаток Б і т. д. Один додаток позначається як додаток А.

3.2. Цитування та посилання на використані джерела

Оформлення цитат. Під час написання кваліфікаційної роботи студент повинен посилатися на цитовану літературу. Посилатися слід на останнє видання публікацій.

Посилання в тексті на джерела подаються у квадратних дужках: номер джерела, що відповідає номеру у списку джерел; через кому – літера «с» і номер сторінки. Якщо автор посилається відразу на кілька різних джерел – слід розділяти їх крапкою з комою. Приклад: [1, с. 44; 2, с. 35].

Загальні вимоги до цитування такі:

а) текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться в тій граматичній формі, в якій він поданий у джерелі, із збереженням особливостей авторського написання;

б) цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту та без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні допускається без перекручення авторського тексту і позначається трьома крапками. Вони ставляться у будь-якому місці цитати (на початку, всередині, наприкінці). Якщо перед випущеним текстом або за ним стояв розділовий знак, то він не зберігається;

в) кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело;

г) при непрямому цитуванні (переказі, викладі думок інших авторів своїми словами), що дає значну економію тексту, слід бути максимально точним у викладенні думок автора, коректним щодо оцінювання його результатів і давати відповідні посилання на джерело.

IV. ЗАХИСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

4.1. Допуск до захисту

За місяць до передзахисту студенти повинні подати науковому керівникові кваліфікаційну роботу у повному обсязі. Остаточний допуск до захисту надає кафедра під час попереднього розгляду кваліфікаційної роботи. Результати допуску фіксуються відповідним протоколом засідання кафедри за підписом завідувача і секретаря засідання. За результатами обговорення на засіданні кафедри складається наказ про допуск кваліфікаційних робіт до захисту, підставою для чого є позитивна оцінка наукового керівника і кафедри. Остаточна перевірена, оформлена кваліфікаційна робота подається на кафедру за 2 тижні до захисту для зберігання й видається студентові безпосередньо на захисті.

До кваліфікаційної роботи додаються відгук наукового керівника та рецензія офіційного рецензента. Студент повинен ознайомитися зі змістом відгуку та рецензії. Ці документи вкладаються у конверт формату А 4.

Рецензія. Перед захистом творча робота рецензується викладачем іншої кафедри чи іншого профільного вузу або ж фахівцем-практиком у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

Рецензія виконує функцію оцінювання рекламного або PR-проекту.

Орієнтовна структура рецензії:

1. Визначення предмета аналізу.
2. З'ясування ступеня актуальності проекту, відповідності мети проекту його реалізації.
3. Аналіз змістової частини проекту (якість контенту).
4. Осмислення практичної цінності та оригінальності проекту.
5. Характеристика виявлених недоліків.
6. Об'єктивне, лаконічне, чітке загальне оцінювання проекту.
7. Формування висновків (Додаток И).

Відгук. Відгук готує керівник проекту. Особливість відгуку полягає у підтвердженні самостійності виконання роботи, виявленні позитивних сторін проекту та його недоліків. Керівник проекту оцінює вміння студента організувати свою роботу, він не повинен надавати оцінку роботи.

Орієнтовна структура відгуку:

1. Аналіз актуальності теми проекту.
2. Якість дослідження ринку та аудиторії проекту.
3. Творчий підхід до реалізації проекту.
4. Якість оформлення «Обґрунтування проекту».
5. Позитивні та негативні аспекти рекламного або PR-продукту.
6. Ступінь самостійності студента у виконанні роботи.
7. Точка зору керівника про можливість допуску до захисту і присвоєння відповідної кваліфікації (Додаток К).

Рецензія та відгук вкладаються в конверт формату А 4, про що зазначається в описі вкладення (Додаток Д).

Кваліфікаційна робота, яка не відповідає вимогам щодо змісту та оформлення, виконана без дотримання затвердженого плану, містить ознаки плагіату, не має відгуку або рецензії, до захисту не допускається.

4.2. Порядок захисту бакалаврських робіт

Захист кваліфікаційної роботи бакалавра відбувається на засіданні Державної екзаменаційної комісії в присутності здобувачів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр». Тривалість доповіді одного студента не повинна перевищувати 20 хвилин.

На захист кваліфікаційної роботи бакалавр готує доповідь, а також демонструє комплекс рекламних або PR-продуктів. Виступ супроводжується

електронною презентацією (7–14 слайдів). Приклад оформлення титулки презентації подано у додатку Л. Для оформлення презентації слід користуватися корпоративною символікою, шаблони можна знайти за посиланням: <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporatyvna-kultura-universytetu/2752-rekomendatsii-shchodo-vykorystannia-firmovoho-styliu-universytetu-brend-buk.html>

Презентація узгоджується з науковим керівником. Захист кваліфікаційних робіт проводиться на відкритому засіданні державної комісії, яка створюється та діє у порядку, визначеному спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади України у галузі освіти й науки (відповідним положенням).

Студент зобов'язаний відповісти на запитання голови і членів ДЕК, науковців, присутніх на захисті.

Після виступу бакалавра заслуховуються відгук наукового керівника, оцінка роботи рецензентом, надається слово охочим висловити свою думку щодо оцінки рекламного або PR-проекту. Після завершення захисту студентів надається останнє, заключне слово.

Хід захисту фіксується в протоколі ДЕК. Оцінка обговорюється на закритому засіданні ДЕК та оголошується головою ДЕК на відкритому засіданні в присутності членів ДЕК, усієї групи студентів.

4.3. Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи бакалавра

Критерії оцінювання кваліфікаційних робіт, які забезпечують максимальну оцінку:

- об'єктивне висвітлення стану питання з творчим використанням сучасних джерел інформації;
- актуальність;
- оригінальність технічних, технологічних, організаційних управлінських рішень;
- практичне значення результатів;
- обґрунтування рішень та пропозицій відповідними розрахунками;
- повнота структури розрахунків (постановка завдання, розрахункова схема, рішення, оцінка рішення);
- всебічність оцінки впливу результатів;
- органічний зв'язок пояснювальної записки з практичною частиною;
- наявність посилань на джерела інформації;
- відсутність дублювання, описового матеріалу, стереотипних рішень, що не впливають на суть та висвітлення отриманих результатів;
- використання чинних стандартів;
- загальна та професійна грамотність, лаконізм і логічна послідовність викладу матеріалу;

- якість оформлення;
- самостійність виконання.

Відповідно до прийнятої у Київському університеті імені Бориса Грінченка системи оцінювання досягнень студентів критеріально-орієнтованим еталоном якості вищої освіти є 100-бальна шкала.

За цією шкалою максимальна оцінка за якість рекламного або PR-проєкту складає 40 балів, обґрунтування проєкту – 20 балів і захист кваліфікаційної роботи – 40 балів.

Узгоджена членами ДЕК оцінка студентів за захист кваліфікаційної роботи заноситься до протоколу ДЕК.

Оцінювання кваліфікаційної роботи

I. Кваліфікаційна робота – 60 балів:

1.1. Якість інформаційного продукту (проєкту) – 35 балів:

- 1) якісний контент – 20 балів;
- 2) практична цінність та оригінальність проєкту – 15 балів.

1.2. Обґрунтування проєкту – 25 балів:

- 1) актуальності теми проєкту – 5 балів;
- 2) дослідження ринку – 10 балів;
- 3) концепція промоції продукту – 10 балів.

II. Захист кваліфікаційної роботи – 40 балів:

- 1) вміння студента презентувати основні результати роботи – 20 балів;
- 2) відповіді на запитання (чіткість формулювання та відповідність запитанню) – 20 балів.

Разом: 100 балів.

Переведення результатів, отриманих за 100-бальною шкалою оцінювання, в 4-х бальну та шкалу за системою ECTS здійснюється за схемою, наведеною в таблиці 1.

Таблиця 1.

Оцінка ECTS	Показник якості вищої освіти Якість особистості випускника	Оцінка за шкалою Університету	Оцінка за національною шкалою
1	2	3	4
A	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу. Студент демонструє якісний видавничий продукт, вміє обґрунтувати практичну цінність та оригінальність проекту.	90-100 балів	відмінно
B	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.	82-89 балів	добре
C	Добре – загалом добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок	75-81 балів	
D	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.	69-74 балів	задовільно
E	Достатньо – мінімально допустимий рівень знань (умінь).	60-68 балів	
FX	Незадовільно – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання екзамену за умови належного самостійного доопрацювання.	35-59 балів	незадовільно
F	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням курсу. Студент показує низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни.	1-34 балів	

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ГОСТ 7.82-2001. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления [Электронный ресурс] // Нормативная база ГСНТИ : [сайт] / НТЦ «Информрегистр». – Электрон. дан. – Москва : ГСНТИ, 1998– . – Режим доступа: http://www.gsntinorms.ru/norms/common/doc.asp?0&/norms/stands/7_82.htm (16.05.2009), свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 15.08.2013.
2. ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання. – Київ : Держспоживстандарт України, 2007. – 74 с.
3. ДСТУ 3582:2013. Інформація та документація. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила. – [Чинний від 2014-01-01]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. – 18 с.
4. Семенов О. М. Культура наукової української мови [Текст] : навч. посіб. / О. М. Семенов. – Київ : Академія, 2010. – 215 с. – (Серія «Альма-матер»). – Бібліогр.: с. 207–213.

ДОДАТКИ

Додаток А

**Графік виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи
студента ІV курсу напряму підготовки «Реклама та зв'язки з гро-
мадськістю» (група РЗГ6-1-12-4од.)
Петренко П. П. в 2015–2016 навчальному році**

п/п	Вид роботи	Термін кафедри	Факт. викон.	Підп. студ.	Підп. викл.
	Узгодження теми з науковим керівником	До 20.10			
	Затвердження тем на засіданні кафедри	До 25.10			
	Дослідження ринку та аудиторії	До 20.11			
	Обґрунтування схеми виконання видавничого проекту	До 20.12			
	Робота над вступом та першим розділом пояснювальної записки	До 20.01			
	Робота над другим та третім розділом обґрунтування проекту	До 20.02			
	Робота над оригінал-макетом: перша верстка	До 20.03			
	Завершення роботи над оригінал-макетом	До 20.04			
	Ознайомлення керівника з оригінал-макетом та обґрунтуванням проекту	До 25.04			
0	Попередній захист на кафедрі	До 12.05			
1	Друк видавничого продукту (до 3-х прим.) та оформлення кваліфікаційної роботи	До 20.05			
2	Організація рецензування	До 26.05			
3	Здача кваліфікаційної роботи секретарю державної екзаменаційної комісії	До 29.05			

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ В ІНТЕРНЕТІ
(на прикладі фотостудії «Профі»)

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

«Допускається до захисту»

Завідувач кафедри
реклами та зв'язків з громадськістю канд.
пед. наук, доц. Горбенко Г. В.

(підпис)

« ____ » _____ 20__ р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

« ____ » _____ 20__ р.

Студента (ки) групи _____
_____ форми навчання
напряму підготовки

_____ (ПІБ студента)

Науковий керівник

_____ (ПІБ керівника)

ЗМІСТ**Частина I. РЕКЛАМНИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ**

Анотація проекту	3
Рекламний продукт	4

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ

Вступ	6
Розділ 1. Теоретичне та економічне обґрунтування проекту	
1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проекту	7
1.2. Фінансові умови реалізації проекту	10
Розділ 2. Технічні характеристики характеристики та дизайн продукту	
2.1. Загальні характеристики макету продукту	13
2.2. Оформлення рекламного продукту	17
Розділ 3. Просування рекламного продукту на ринку	
3.1. Засоби поширення	18
3.2. Розробка концепції промоції рекламного продукту	22
Список використаних джерел	24
ДОДАТКИ	25

АНОТАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ФОТОСТУДІЇ «Профі»

Фотостудія «Профі» – корпоративне об'єднання, що займається виготовленням та поширенням фото продукції; надає послуги щодо створення, обробки, тиражування та копіювання фотографії. Сайт фотостудії: foto_profі.com.ua .

Ціль рекламної кампанії фотостудії «Профі» – представити систему запланованих заходів для просування на ринок послуг зазначеної фотостудії.

Основне завдання рекламної кампанії фотостудії «Профі» – інформування цільової аудиторії про об'єкт реклами та стимулювання продажу послуг фотостудії.

Рекламна кампанія фотостудії складається з сімох розділів.

Розділ «Аналіз маркетингової ситуації» містить інформацію про загальні тенденції ринкової кон'юнктури, становище фотостудії на ринку, конкурентоспроможність фотопослуг.

Розділ «Цілі і завдання реклами» детально описує цілі та завдання рекламної кампанії зазначеної фотостудії.

Розділ «Цільова аудиторія» характеризує споживчий сегмент, для якого розроблена реклама.

Розділ «Бюджет рекламної кампанії» представляє розрахунок коштів для проведення рекламної кампанії фотостудії за методом «цілі та завдання».

Розділ «Засоби поширення реклами» обґрунтовує вибір каналів поширення реклами, графік частоти й інтенсивності рекламної кампанії.

Розділ «Концепція рекламної кампанії» характеризує ідею рекламної кампанії.

Розділ «Ефективність рекламної кампанії» наводить показники оцінки результатів проведеної рекламної кампанії фотостудії «Профі».

АНОТАЦІЯ PR-КАМПАНІЇ

ОРГАНІЗАЦІЇ «Український освітній центр реформ»

«Український освітній центр реформ» - міжнародна благодійна організація, що діє в Україні та США. Головним напрямком діяльності Центру є інформаційна підтримка економічних, політичних і соціальних перетворень в Україні, залучення українських громадян до реформування.

Сайт організації: www.cure.org.ua .

Ціль PR-кампанії організації - представити комплексну програму заходів, метою яких є популяризація іміджу та підтримка репутації зазначеної організації.

PR-кампанія організації складається з сімох розділів.

Розділ «Цілі і завдання PR-кампанії» детально описує цілі та завдання PR-кампанії організації.

Розділ «Характеристика організації» містить інформацію про історію виникнення організації, конкурентоспроможність, нинішній імідж організації в Україні та США.

Розділ «Моніторинг інформаційного простору» характеризує інформаційну інфраструктуру, інформаційні канали на теренах України та США; представляє розроблену медіа-карту та медіа-план організації.

Розділ «Цільова аудиторія» характеризує сегмент, для якого розроблена PR-кампанія.

Розділ «Бюджет PR-кампанії» представляє розрахунок коштів для проведення PR-кампанії організації за паритетним методом.

Розділ «Комунікаційна програма PR-кампанії» характеризує концепцію PR-кампанії.

Розділ «Ефективність PR-кампанії» наводить показники оцінки результатів проведеної PR-кампанії організації «Український освітній центр реформ».

АНОТАЦІЯ САЙТУ

Бібліотека Підгаєцької ЗОШ I-III ступеня [Електронний ресурс]: [сайт] : регіонал. інформ. портал / Сайт шкільної бібліотека м. Підгайці. – Електрон. дані. – Підгайці, 2014. – 2014. – Режим доступу: <http://psslibrary.jimdo.com>, вільний. – Назва з екрана. – [Дата звернення: 1.12.2014].

Бібліотечний веб-сайт представляє шкільну бібліотеку в єдиному інформаційному просторі, поширює досвід роботи бібліотекаря. Сайт знайомить читачів з основними показниками діяльності бібліотеки, напрямками роботи та завданнями.

У розділі «Сторінка юного читача» подано список літератури для читання на канікулах та буктрейлер «Фантастичні літаючі книги містера Моріса Лесмора».

У розділі «Заходи та конкурси» розміщено тематику та фотоматеріали книжкових виставок, виховних заходів та конкурсів, проведених шкільною бібліотекою.

Розділ «Сценарії, допоміжні матеріали» розміщені вікторини, сценарії виховних заходів та презентації, які можна викачати з серверу для використання в роботі шкільних бібліотек.

Сайт бібліотеки Підгаєцької загальноосвітньої школи I-III ступенів створений для учнів, батьків, педагогів та бібліотекарів.

ОПИС ВКЛАДЕННЯ

1. Сайт фотостудії «Профі» [Електронний ресурс] : [сайт] : інформ. портал. – Електрон. дані. – Київ, 2015. – 2015. – Режим доступу: <http://psslibrary.jimdo.com>, вільний. – Назва з екрана. – [Дата звернення: 27.05.2016].

2. Проморолик фотостудії «Профі» [Відеозапис] : кваліфікаційна робота бакалавра / реж. І. Гаврилюк. – (1 файл-15 МБ). – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 2 хв. – Систем. вимоги : DVD програвач з вбудованим декодером mp3.

6. Презентація бакалаврської кваліфікаційної роботи «Організація рекламної кампанії в Інтернеті» [Електронний ресурс] : кваліфікаційна робота бакалавра. — Текст. і граф. дані. – Київ, 2016. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Систем. вимоги: Pentium 1200 МГц. ; 20 Мб RAM ; Windows 95/98/NT. – Назва з етикетки диска.

7. Рецензія.

8. Відгук.

ПРИКЛАДИ БІБЛОГРАФІЧНОГО ОПИСУ ДОКУМЕНТІВ

КНИГИ

Один автор

1. Кичак В. М. Синтез частотно-імпульсних елементів цифрової техніки [Текст] : монографія / В. М. Кичак ; Вінниц. нац. техн. ун-т. – Вінниця : Універсум-Вінниця, 2005. – 291 с. : іл., табл.

2. Вербень В. В. Соціологія: теоретичні та методичні аспекти [Текст] : навч.-метод. посіб. / В. В. Вербень ; Рівнен. держ. гуманіт. ун-т. – Рівне : РДГУ, 2005. – 202 с.

3. Палій О. А. Ключ до України: друга сторона української працьківщини [Текст] / О. А. Палій. – Київ : Дніпро, 2005. – 132 с. : іл., портр., карти.

4. Українка, Леся. Твори [Текст] / Леся Українка. – Львів ; Київ : Дніпро, 2000. – 632 с.

Два автори

Шульженко Ф. П. Історія політичних і правових вчень [Текст] : навч. посіб. / Ф. П. Шульженко, Т. Г. Андрусак. – 2-е вид., стер. – Київ : Юрінком Інтер, 2001. – 301 с.

Три автори

Юрій С. І. Антологія бюджетного механізму [Текст] / С. І. Юрій, В. Г. Демянишин, Я. М. Буздуган. – Тернопіль : Екон. думка, 2001. – 250 с.

Чотири автори

Контроль і ревізія [Текст] : навч. посіб. : нормативно-практичні матеріали / Є. М. Романів, Р. Л. Хом'як, А. С. Мороз, В. В. Гресик. – Львів : Інтеллект-Захід, 2001. – 199 с.

П'ять і більше авторів

Формування здорового способу життя молоді [Текст] : навч.-метод. посіб. для працівників соц. служб для сім'ї, дітей та молоді / Т. В. Бондар, О. Г. Карпенко, Д. М. Дикова-Фаворська [та ін.]. – Київ : Укр. ін-т соц. дослідж., 2005. – 115 с. – (Серія «Формування здорового способу життя молоді» : у 14 кн. ; кн. 13).

За назвою

1. Концепція навчання здорового способу життя на засадах розвитку навичок [Текст] : інформ. зб. з життєвих навичок / авт.-упоряд. М. Н. Бело. – Київ : Генеза, 2005. – 77 с. : іл.

2. Добром нагріте серце: до 90-річчя І. Б. Бровка [Текст] : зб. спогадів друзів, учнів, колег відомого педагога. – Харків : Фоліо, 2005. – 135 с.

3. Юність, обпалена війною, 1941–1945 [Текст] : спогади ветеранів / редкол.: А. М. Грабовенко [та ін.]. – Київ : Либідь, 204 с.

Навчально-методичні видання

1. Вища освіта в Україні [Текст] : навч. посіб. / ред. В. Г. Кремень, С. М. Ніколаєнко ; М-во освіти і науки України. – Київ : Знання, 2005. – 327 с.

2. Методичні рекомендації до виконання самостійних робіт та підготовки до практичних занять з курсу “Бізнес в торгівлі” [Текст] : для студ. ден. форми навчання спец. 6.050300 “Товарознавство та комерційна діяльність” / уклад. Н. Б. Анненкова. – Луганськ : Альма-матер, 2005. – 43 с.

3. Микитин М. Л. Сучасна українська літературна мова. Морфеміка. Словотвір. Морфологія [Текст] : практикум для студ. вищ. навч. закл. за спец. “Видавн. справа і редагування”, “Журналістика” / М. Л. Микитин,

А. П. Романченко ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – Одеса : Астропринт, 2005. – 189 с.

4. Навчально-методичний посібник з фізичної та колоїдної хімії [Текст] / [уклад. І. І. Кочерга]. – Ніжин, 2000. – 37 с.

5. Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах [Текст] : підручник для студ. вищ. навч. закл. / І. В. Петрова ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Укр. центр культур. дослідж. – Київ : Кондор, 2005. – 406 с.

6. Сучасна економіка [Текст] : лекційний курс / О. Германова, Л. Тарасова, С. Новожилов [та ін.]. – Київ : Либідь, 2005. – 544 с.

7. Ясулайтіс, В. А. Дистанційне навчання [Текст] : методичні рекомендації / В. А Ясулайтіс ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – Київ : МАУП, 2005. – 68 с. : іл.

Перекладні видання

Косик В. Франція та Україна. Становлення української дипломатії (березень 1917 – лютий 1918) [Текст] / В. Косик ; [пер. з фр. Т. Марусик] ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2004. – 262 с.

Довідкові видання

1. Енциклопедія українознавства для школярів і студентів [Текст] / [авт.-укл. В. Оліфіренко [та ін.]. – Донецьк : Сталкер, 1999. – 496 с.

2. Плиса В. Й. Страхування [Текст] : довідник / В. Й. Плиса. – Львів : Вид. центр ім. І. Франка, 2001. – 196 с.

3. Спеціальна педагогіка [Текст] : понятійно-термінологічний словник / Л. Вагіна, В. Курило, А. Висоцька [та ін.] ; [голов. ред. В. Бондар]. – Луґанськ : Альма-матер, 2003. – 436 с.

ЗАКОНОДАВЧІ, НОРМАТИВНІ АКТИ

Конституція

Конституція України [Текст] : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 черв. 1996 р. // Відом. Верхов. Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 142.

Закон

Про вищу освіту [Текст] : закон України від 17 січ. 2002 р. № 2984 // Відом. Верхов. Ради України. – 2002. – № 20. – Ст. 134.

Наказ

Про запровадження у вищих навчальних закладах навчальної дисципліни “Вища освіта і Болонський процес” [Текст] : наказ М-ва освіти і науки

України від 25 лип. 2006 р. № 556 // Офіц. вісн. України. – 2006. – № 35. – Ст. 2482.

ІНШІ ВИДИ ДОКУМЕНТІВ

Положення

Положення про освітньо-кваліфікаційні рівні (ступеневу освіту) [Текст] // Інформ. зб. М-ва освіти України. – 1998. – № 10. – С. 6–10.

Промова

Україна іде дорогою важкою, але правильною [Текст] : промова Президента В. Ющенка з нагоди 15-ї річниці Незалежності України // Уряд. кур'єр. – 2006. – 29 серп.

Доповідь

Ніколаєнко С. Підвищення ефективності вищої освіти – визначальний чинник зростання соціально-економічного потенціалу держави [Текст] : матеріали до доповіді міністра освіти і науки на підсумковій колегії Міністерства освіти і науки України (Київ, 23 лют. 2006 р.) / С. Ніколаєнко // Освіта України. – 2006. – 17 лют. (№ 13). – С. 2–9.

Угода

Угода між Україною та Республікою Кіпр про правову допомогу в цивільних справах від 6 верес. 2004 року [Текст] // Офіц. вісн. України. – 2006. – № 31. – Ст. 227.

Договір

Договір між Україною та Сполученими Штатами Америки про взаємну правову допомогу у кримінальних справах від 22 лип. 1998 року [Текст] // Офіц. вісн. України. – 2006. – № 31. – Ст. 463.

Бесіди, діалоги, інтерв'ю

Свято врожаю в Клевані [Електронний ресурс] : інтерв'ю з головою сільської Ради О. Кузьміним / записала І. Петрова // Клеванський тракт. – 2012. – 15 верес. – С. 2. – Режим доступу: [http : // www.rivne.lib.rv.ua/page-id =29](http://www.rivne.lib.rv.ua/page-id=29), вільний. – Назва з екрану. – [Дата звернення: 28.10.2013].

Депоновані наукові праці

Социологическое исследование малых групп населения [Текст] / В. И. Иванов [и др.] ; М-во образования Рос. Федерации, Финансовая академия. – М., 2002. – 110 с. – Библиогр.: с. 108–109. – Деп. в ВИНТИ 13.06.02, № 145432.

Конференції, тези доповідей, збірники наукових праць

1. Актуальні питання антропоніміки [Текст] : зб. матеріалів наук. читань пам'яті Юліана Костянтиновича Редька / [відп. ред. І. В. Єфименко]. – Київ : НАН України, 2005. – 270 с.
2. Економіка. Менеджмент. Підприємництво [Текст] : зб. наук. пр. / Східноукр. нац. ун-т. – Луганськ, 2001. – Вип. 4. – 253 с. – (Серія: Економічні науки).
3. Міжнародна міграція та міжетнічні стосунки на Слобожанщині [Текст] : матеріали міжнар. наук. семінару (Харків, 11 листоп. 2004 р.). – Харків : Константа, 2004. – 63 с.
4. Третя міжнародна алгебраїчна конференція в Україні [Текст] : тези доп. (Суми, 2–8 лип. 2005 р.) / Сум. держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка. – Суми, 2005. – 292 с.
5. Ціннісні пріоритети освіти у XXI столітті: орієнтири та напрямки сучасної освіти [Текст] : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (Луганськ, 2–5 жовт. 2005 р.) / [редкол.: В. С. Курило [та ін.]; М-во освіти і науки України [та ін.]. – Луганськ : Альма-матер, 2005. – Ч. 1. – 301 с.

Дисертації

Золотова Г. Д. Соціально-педагогічна профілактика адиктивної поведінки студентів: (на прикл. навч. закл. I–II рівнів акредитації) [Текст] : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Золотова Ганна Дмитрівна ; Луган. нац. пед. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Луганськ, 2005. – 238 с.

Автореферати дисертацій

Ляшенко Л. В. Вивчення, забезпечення та розвиток інформаційних потреб бібліотекарів в умовах формування інформаційного суспільства [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 07.00.08 / Лариса Володимирівна Ляшенко ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ, 2002. – 20 с.

Стандарти

ГОСТ Р 517721–2001. Аппаратура радиоэлектронная бытовая. Входные и выходные параметры и типы соединений. Технические требования [Текст]. – [Введ. 2002–01–01]. – Москва : Изд-во стандартов, 2001. – 1V. – 27 с.

Каталоги

Оборудование классных комнат общеобразовательных школ [Текст] : каталог / М-во образования РФ, Моск. гос. пед. ун-т. – Москва : МГПУ, 2002. – 235 с.

БАГАТОРІВНЕВИЙ БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ОПИС

Багатотомні видання

1. Енциклопедія українознавства : загальна частина [Текст] : у 3 т. / Ін-т укр. археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського НАН України. – Перевидання в Україні ; репр. відтворення вид. 1949 р. – Київ : Фірма “Віпол”, 1994–1995.

Т. 1. – 1994. – XVI, 368 с. : іл.

Т. 2. – 1995. – С. 369–800 : іл. + 1 арк. карт.

Т. 3. – 1995. – С. 801–1230 : іл.

2. Мовчан П. М. Твори : у 3 т. / П. М. Мовчан. – Київ : Вид. центр “Просвіта”, 1999.

Т. 1 : Голос : поезії. – 639 с. : іл., портр.

Т. 2 : Межовий камінь : поезії. – 535 с. : іл.

Т. 3 : Координати часу. – 582 с. : іл. – Бібліогр. у тексті та підрядкових прим.

3. Історія української культури [Текст] : у 5 т. / голов. ред. Б. Є. Патон. – Київ : Наук. думка, 2001. – Т. 1 : Історія культури давнього населення України / за ред. П. П. Толочко. – 1134 с.

АНАЛІТИЧНИЙ БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ОПИС

Частина книги

Малый А. И. Введение в законодательство Европейского сообщества [Текст] / Ал. Малый // Институты Европейского союза : учеб. пособ. / Ал. Малый, Дж. Кемпбелл, М. О’Нейл. – Архангельск, 2002. – Разд. 1. – С. 7–26.

Стаття, розділ із багатотомного видання

Франко І. Притча про любов [Текст] / Іван Франко // Франко І. Збір. творів : у 50 т. – Київ, 1976. – Т. 2. – С. 211–214.

Стаття із збірника

Гурцяк В. І. Про систему контролю знань іноземних студентів в умовах підготовчого факультету [Текст] / В. І. Гурцяк // Нові технології навчання : наук.-метод. зб. – Київ, 2005. – Вип. 40. – С. 245–258.

Стаття із довідкового видання

Мочерний С. Абсолютна додаткова вартість [Текст] / С. Мочерний // Економічна енциклопедія : в 3 т. – Київ, 2000. – Т. 1. – С. 7–8.

Стаття із журналу**Один автор**

Цимбал І. І. Освітня галузь Луганщини: аналіз, проблеми, перспективи [Текст] / І. І. Цимбал // Освіта на Луганщині. – 2006. – № 1 (24). – С. 5–9.

Два автори

Архангельський Ю. Про ефективність приватизації в Україні [Текст] / Ю. Архангельський, О. Радзівський // Економіка України. – 2008. – № 9. – С. 86–91.

Три автори

Міщенко В. С. Щодо формування ефективної рентної політики в Україні [Текст] / В. С. Міщенко, О. І. Барановський, Я. В. Петраков // Фінанси України. – 2008. – № 2. – С. 3–14.

Стаття із газети

Дробот І. Культурологи і філософи для освіти [Текст] / І. Дробот // Освіта. – 2005. – 22–29 черв. (№ 26). – С. 3.

Відеозапис

Плоска [Відеозапис] : історія села / реж. І. Гаврилук. – (1 файл: 15 МБ). – Острогоз : Артемов Т. О., 2013. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 1 год. 30 хв. – (Історія сіл Рівненщини). – Систем. вимоги: DVD програвач з вбудованим декодером mр3.

Звукозапис

Іванов Ю. Народні обряди і звичаї на Покрову жителів села Крилів [Звукозапис] : аудіокнига / Ю. Іванов ; текст читає Ю. Іванов. – (15 файлів: 53 МБ). – Корець, 2013. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 1 год. 15 хв. – (Книга вголос). – Систем. вимоги: CD/DVD-програвач із вбудованим декодером mр3.

Образотворчий матеріал

Рівне [Образотворчий матеріал] : альб. репрод. / упоряд. Т. О. Демченко. – (1 файл: 35 МБ). – Рівне : О. Романенко, 2013. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 25 хв. – Систем. вимоги: Windows 98, 2000, XP; MS Word 97-2000. – Назва з контейнера.

ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ**Сайти**

Рівненщина [Електронний ресурс] : [сайт] : регіонал. інформ. портал : кат. фірм та організацій Рівнен. обл. та м. Рівне / РДОБ. – Електрон. дані. –

Рівне, 2004–2010. – Режим доступу: <http://irp.rv.ua>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Освітній навігатор [Електронний ресурс] : [сайт] : [методика викладання та передовий досвід ЗОШ України та Рівненщини] / РДОБ, РДОБ для юнацтва, РДОБ для дітей. – Електрон. дані. – Рівне, 2006–2010. – Режим доступу: <http://libr.rv.ua>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського [Електронний ресурс] : [сайт]. – Київ : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 1997– . – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Інформація, розміщена на одній зі сторінок сайту

Мігунова Т. Слово «телебачення» це архаїзм [Електронний ресурс] // Телекритика : [сайт] / ТОВ «Телекритика». – Текст. і граф. дані. – Київ, 2001–2013. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/expert/2013-01-23/59463>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Бази даних

Історична Волинь [Електронний ресурс] : [електрон. кат., повнотекст. док., фотодок., відеодок., період. вид., неопублік. док., карти] / РДОБ. – Електрон. дані. – Рівне, 2008–2012. – Режим доступу: <http://istvolyn.info>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Електронні каталоги Рівненщини [Електронний ресурс] : [кат. РДОБ та кат. ЦСПШБ Рівнен.обл.]. – Електрон. дані. – Рівне, 1991–2012. – Режим доступу: <http://libr.rv.ua>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Електронні книги

Філімоненков, О. С. Фінанси підприємств [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. С. Філімоненков. – (1 файл: 5.3 МБ). – Київ : МАУП, 2004. – Режим доступу : <http://chitalka.info>, вільний. – Назва з екрану. – [Дата звернення : 1.12.2014].

Волкова, Н. П. Педагогіка [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. П. Волкова. – (1 файл: 2.78 МБ). – Київ : Академія, 2001. – Режим доступу: <http://ebk.net.ua>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Пересопницьке Євангеліє (1556–1561 pp.) [Електронний ресурс] / Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 1997. – Режим доступу: <http://>

www/nbuv.gov.ua/peresop/html, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

CD

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые, граф., зв. дан. и прикладная прогр. (546 Мб). – Москва : Большая Рос. энцикл. [и др.], 1996. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : зв., цв. ; 12 см + рук. пользователя 1 л.) + открытка (1 л.). – Систем. требования: Windows 3.1 или Windows 95 ; SVGA 32768 и более цв. ; 640x480 ; 4xCD-ROM дисковод ; 16-бит. зв. карта ; мышь. – Загл. с экрана. – Диск и сопровод. материал помещены в контейнер 20x14 см.

Опис частини друкованого документа (книги, журналу, збірника), розміщеної в Інтернеті

Вертій Ж. С. Бібліотерапія як напрям бібліотекознавства: шляхи становлення [Електронний ресурс] // Еволюція структури і функцій бібліотекознавства під впливом сучасних інформаційних технологій : міжнародна наук. конф. (Київ, 5–6 жовт. 2010 р). – Київ : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/new/10_kiev/ sek1.html.../](http://www.nbuv.gov.ua/new/10_kiev/sek1.html.../), вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Бородина В. А. Читательская Вселенная [Электронный ресурс] / В. А. Бородина, Л. А. Дрешер. – Режим доступа: http://www.pedagogika-cultura.narod.ru/private/Articles/N_3/Borodina.htm, свободный. – Заглавие с экрана. – Дата обращения: 19.08.2011.

Костенко Л. Й. Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті [Електронний ресурс] : підсумки 10-ї Міжнар. конф. «Крим–2003» / Л. Й. Костенко, А. О. Чекмарьов, А. Г. Бровкін // Бібліотечний вісник. – 2003. – № 4. – С. 43. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klincohtm>, вільний. – Назва з екрана. – Дата звернення: 1.12.2014.

Іноземні джерела

Taylor, Brown Barbara. Bibliotherapy [Electronic resource] / Barbara Brown Taylor. – Access Mode: <http://sites.google.com/site/resourcesonsensitiveto pics/bibliotherapy>. – Title from screen. – Cited: 2012. Oct. 18.

Bibliotherapy [Electronic resource] // American Library Association. – Access Mode: <http://www.ala.org/tools/bibliotherapy>. – Title from screen. – Cited: 2011. Oct. 5.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ГОСТ 7.82–2001. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления [Электронный ресурс] // Нормативная база ГСНТИ : [сайт] / НТЦ “Информ-регистр”. – Электрон. дан. – Москва : ГСНТИ, 1998– . – Режим доступа: http://www.gsntinorms.ru/norms/common/doc.asp?0&/norms/stands/7_82.htm (16.05.2009), свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 15.08.2013.
2. ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання. – Київ : Держспоживстандарт України, 2007. – 74 с.
3. ДСТУ 3582:2013. Інформація та документація. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила. – [Чинний від 2014-01-01]. – Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. – 18 с.

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра
«Організація рекламної кампанії в Інтернеті»
(на прикладі фотостудії "Профі")
студентки IV курсу групи РЗГ6-12-4од.
Київський університет імені Бориса Грінченка
Струцької Наталії Анатоліївни

Бакалаврська робота Струцької Н. А. присвячена актуальній темі: організація рекламної кампанії в Інтернеті.

Важливо, що концепція передбачає залучення талановитої молоді, пропонує їй різні інтерактивні проекти, друкує найкращі матеріали непрофесійних авторів. Це робить фотостудію «Профі» конкурентоспроможною.

Серед недоліків теоретичної частини – наявність великої кількості реферативного матеріалу. Щодо практичної частини – недостатньо структуровано розроблений сайт фотостудії.

Вказані зауваження знижують якість роботи, але не є принциповими і не впливають на загальну позитивну оцінку роботи. У цілому це цікавий і оригінальний проект, який демонструє володіння студенткою загальними теоретичними практичними підвалинами обраного фаху.

Рецензент

Буняк Л. Ю.,
канд. наук із соц. комунік.,
доцент кафедри маркетингу та реклами

ВІДГУК

на кваліфікаційну роботу бакалавра
«Організація рекламної кампанії в Інтернеті
(на прикладі фотостудії "Профі")
студентки IV курсу групи РЗГб-12-4од.
Київський університет імені Бориса Грінченка
Струцької Наталії Анатоліївни

Бакалаврська кваліфікаційна робота Н. А. Струцької підготована на основі фотопослуг, що надає фотостудія «Профі». Студентка виконала ретельне дослідження ринку та цільової аудиторії.

Тема є актуальною. Обґрунтування проекту гарно структуроване, думки формулюються автором чітко та доказово. Перший розділ присвячений опису проекту. Другий розділ відзначається високою інформативністю, оригінальним підходом до аналізу розв'язання поставлених завдань. Авторка ретельно розробляє план маркетингового забезпечення, стратегію стосунків з конкурентами, рекламні заходи тощо.

Серед недоліків дослідження – трапляються стилістичні помилки, що не впливає на загальну позитивну оцінку роботи.

Струцька Н. А. самостійно розробила стратегію просування послуг фотолабораторії «Профі». Студентка рекомендована до захисту роботи для отримання кваліфікації «бакалавр з реклами та зв'язків з громадськістю».

Керівник

Волинець Л. Г.,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю



**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

**ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ В ІНТЕРНЕТІ
(на прикладі фотостудії «Профі»)**
Презентація кваліфікаційної роботи
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Студентки ІV курсу,
групи РЗГб-1-12-4.0д
напряму підготовки 6.030302 –
реклама та зв'язки з громадськістю
Головань Ірини Олександрівни
Науковий керівник:
канд. наук із соц. комунік.
Науменко О. П.

Київський університет імені Бориса Грінченка
Гуманітарний інститут
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ВЕРНИГОРА Світлана Миколаївна

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Галузь знань: 0303 журналістика та інформація
Напрямок підготовки: 6.030302 реклама та зв'язки з громадськістю
Кваліфікація: бакалавр з реклами та зв'язків з громадськістю

Підписано до друку 23.11.2015. Формат 60x84/16.
Умовн. друк. арк. 1,86. Обл.-вид. арк. 1,3
Тираж 100 прим.