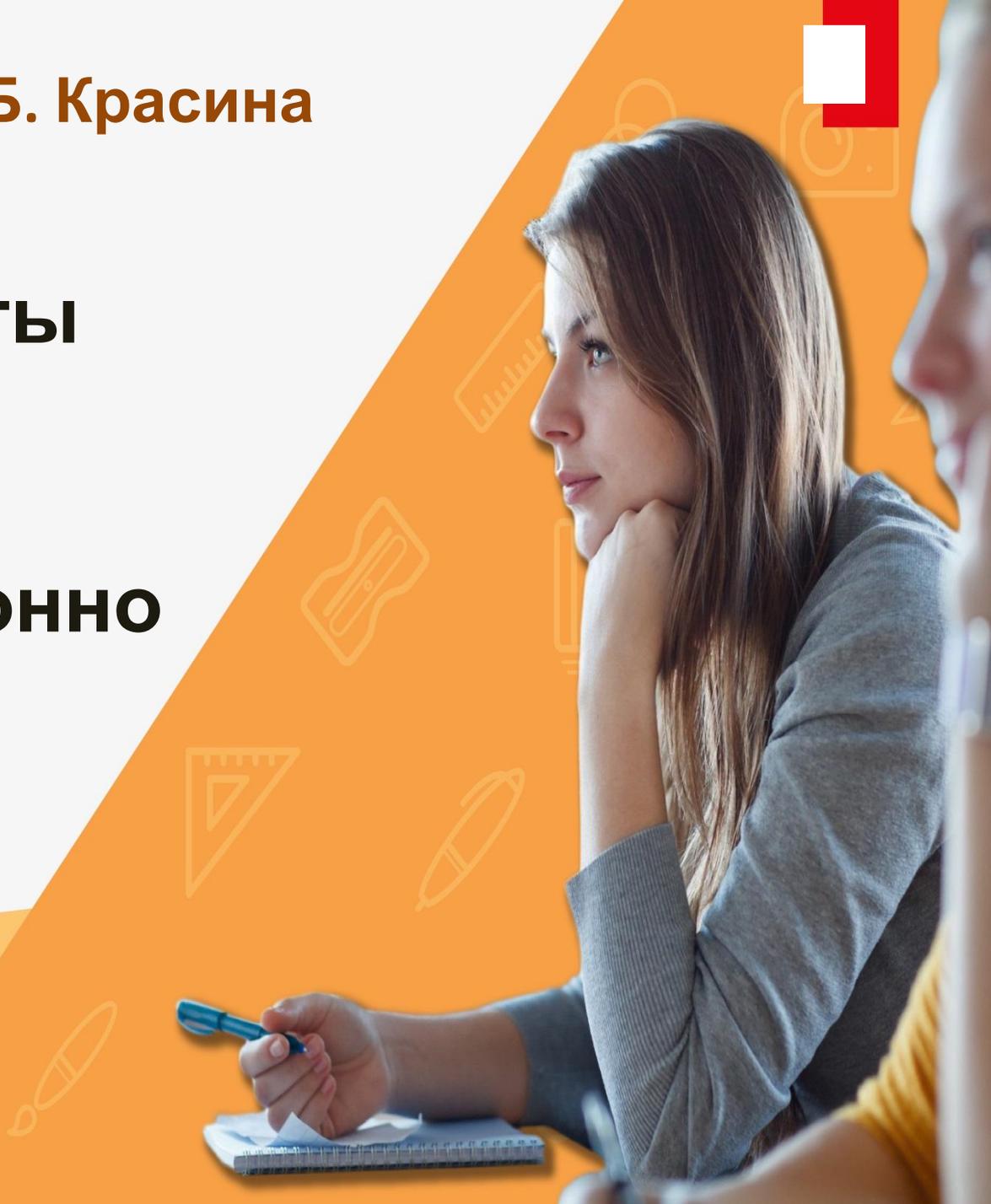


ГБПОУ ММТ им. Л.Б. Красина

**Порядок работы
над
Выпускной
Квалификационн
ой
Работой (ВКР)**

2016/17 учебный год



Нормативная база

- ❑ **Приказ Минобрнауки России от 16 августа 2013 г. N 968 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования».**
- ❑ **Методические рекомендации Министерства образования и науки РФ от 20 июля 2015 г. № 06-846 по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы в образовательных организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования (СПО) по программам подготовки специалистов среднего звена.**

Государственная Итоговая Аттестация

Выпускная Квалификационная Работа

форма

□ **дипломная работа** (обычно выполняется по естественно-научным, гуманитарным, экономическим и творческим специальностям, включает значительную долю исследовательской части)

или

□ **дипломный проект** (обычно выполняется по техническим специальностям, имеет более практическую направленность)

□ **практическая часть ВКР –**
преддипломная (производственная)
практика

процедура

защита:

- пояснительная записка
- иллюстративная часть
- доклад
- презентация

демонстрационный экзамен

Государственная Итоговая Аттестация

- Подготовка и защита
Выпускной Квалификационной Работы (ВКР):

дипломной работы (обычно выполняется по естественно-научным, гуманитарным, экономическим и творческим специальностям, включает значительную долю исследовательской части);

дипломного проекта (обычно выполняется по техническим специальностям, имеет более практическую направленность).

- **Цель выполнения ВКР** - установление соответствия результатов освоения студентами образовательных

Выпуск ГБПОУ ММТ им. Л.Б.Красина

в 2016/17 учебном году (по специальностям)

№ п/п	Код, название специальности	Группа	Количество студентов, чел.	Сроки защиты
1	54.02.01	41 ДЗ – 13	19	15.06.17 –28.06.17
	Дизайн (по отраслям)	43 ДЗ – 13	29	
2	42.02.01 Реклама	31 РЕ – 14	17	
3	29.02.06 Полиграфическое производство	41 ППР – 13	16	
4	42.02.02 Издательское дело	31 ИД – 14	10	
		41 ИД – 13	20	
		42 ИД – 13	27	
5	42.02.01 Право и организация социального обеспечения	31 ПО – 14	30	
6	21.02.05 Земельно-имущественные отношения	23 ЗИ – 15	13	
7	38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт	41 ЭК – 13	19	
8	09.02.01 Компьютерные	41 КС – 13	22	

Выпуск ГБПОУ ММТ им. Л.Б.Красина

В 2016/17 учебном году (по профессиям)

№ п/п	Код, название, профессии	Группа	Количество студентов, чел.	Сроки защиты
1	29.01.24 Оператор электронного набора и вёрстки	32 ОЭ – 14	31	19.01.17– 25.01.17
2	23.01.03 Автомеханик	33 АМ – 14 33 АМ – 14д	25 9	
	Всего		65	

Структура ВКР

Титульный лист (имеет определённую форму)

Задание (выдаётся руководителем)

Содержание (перечень структурных частей ВКР с номерами страниц, на которых имеется заголовок)

Введение (обоснование актуальности темы, цель, объект, предмет, гипотеза, задачи, методы, научная новизна, практическая значимость, апробация)

1 Название раздела (теоретическая часть)

1.1 Название подраздела (структурная часть теоретического раздела)

1.2 Название подраздела (структурная часть теоретического раздела)

1.3

2 Название раздела (практическая часть)

2.1 Название подраздела (структурная часть практического раздела)

2.2

3 Название раздела (экономическая часть)

3.1 Название подраздела (структурная часть экономического раздела)

Заключение

Список источников (список литературы и интернет-источников)

Приложения (графические материалы выполненной разработки, а так же

Позиции введения

- **Актуальность темы** – обоснование степени важности и своевременности исследования (разработки) в данный отрезок времени, степень разработанности проблемы, недостатки, перспективы развития, востребованность, практическая значимость.
- **Цель** – конечный результат исследования (разработки), в соответствии с названием темы или предположительный прогноз результата исследования.
- **Объект ВКР** – процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и взятое исследователем для изучения.
- **Предмет ВКР** – аспект проблемы, чаще всего совпадает с определением его темы.

Объект и предмет исследования как научные категории

соотносятся как общее и частное.

Позиции введения

- **Гипотеза** представляет собой предположение, которое следует из теории, благодаря которой изыскателями обнаруживаются новые идеи и новое знание.
- **Научная новизна** определяется тем, что нового внесено в теорию и методику исследуемого предмета, *новым знанием о предмете исследования*, развивает или уточняет сложившиеся ранее научные представления и практические достижения.
- **Практическая значимость** заключается в возможности практического использования результатов работы.
- **Апробация** - критическая оценка проведённых исследований со стороны научного сообщества (участие в научных конференциях, симпозиумах).

Позиции введения

- **Задачи ВКР.** Соответствуют отдельно выделенным этапам работы, которые необходимо решить для достижения поставленной цели (описываются с помощью краткого перечисления действий, формулируются с глагола в неопределённой форме: «провести анализ», «исследовать», «сформулировать», «описать», «разработать» и т.п.)
- **Методы.** Методы, которые предполагается использовать для решения поставленных задач (например, системный подход к объекту разработки, анализ литературы, анкетный опрос потребителей, фактографический сбор информации, систематизация, классификация данных, статистические методы обработки информации, использование программных пакетов Microsoft Word, Adobe Photoshop, Adobe InDesign и т.п.)

Направления исследований

В дипломных работах и проектах, в зависимости от специфики разработки, могут быть проведены :

- сравнительный анализ в историческом и социально-культурном контексте;
- маркетинговые исследования рынка потребителей;
- анализ бизнес-контекста: цели, задачи, среда и жизненный цикл функционирования объектов, аналогичных объекту работы;
- анализ визуальных признаков аналогов: композиционное, колористическое решение;
- анализ признаков тектоники объектов, аналогичных заданному объекту: форма, конструкция (в том числе, эргономика), материал;
- анализ технологического решения (создания)

Заключение

Отражает итог работы, выводы и предложения в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрывает практическую значимость полученных результатов.

В заключении выводы, сформулированные в конце каждого подраздела, нужно обобщить, что придаст работе целостность, завершённость.

Можно отразить проблемы, которые возникали при решении задач, а также предложения для усовершенствования каких-либо работ или процессов.

Например:

- На основе анализа литературы показано, что
- С учётом обосновано
- В результате исследования процесса

Требования к оформлению

– ГОСТ 7.32.– 2001

- Каждый раздел – с новой страницы.
- Поля – левое 30 мм, верхнее, нижнее 20 мм, правое 10 мм.
- Текст – Times New Roman, размер букв – 14 кегль, через 1,5 интервала; объём 30–50 стр. (не включая приложения), форматирование – по ширине.
- Нумерация страниц – внизу по центру.
- Заголовки – полужирным шрифтом, с абзацного отступа (10 мм), без переноса слов и точки в конце.
- Ссылки на используемые источники – по всему тексту с указанием их номеров.
- Список использованных источников: литературы – в соответствии с ГОСТ 7.1.– 2003;
интернет-источников – в соответствии с ГОСТ 7.82.– 2001.
- Стил ь изложения – как констатация фактов, с использованием выражений : «на основании полученных данных», «резюмируя сказанное», «отсюда следует, что», «как показал анализ» и т. п.
- Для информативности основного текста допускается использование различных начертаний – *полужирный курсив, курсив.*

Оформление рисунков

Нумерация рисунков, пример: 1.1 – первая цифра – номер раздела, вторая – порядковый номер рисунка.

..... Основными носителями элементов фирменного стиля являются: **печатная реклама** (плакаты, листовки, проспекты, каталоги, буклеты, календари и др.); **элементы делопроизводства** (фирменные бланки, конверты, папки, записные книжки, блоки для бумаг и др.); **документы и удостоверения** (пропуски, визитные карточки, удостоверения сотрудников, значки и др.); **сувенирная продукция** (авторучки, карандаши, чашки и др.), как показано на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 – Элементы фирменного стиля компании «Югпром»

Оформление таблиц (пример)

Сегментация рынка — процесс разделения потенциальных потребителей на различные группы (или сегменты), в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы [4]. В графе 3 таблицы 1.1 представлены варианты сегментации потребителей по социально-демографическим признакам.

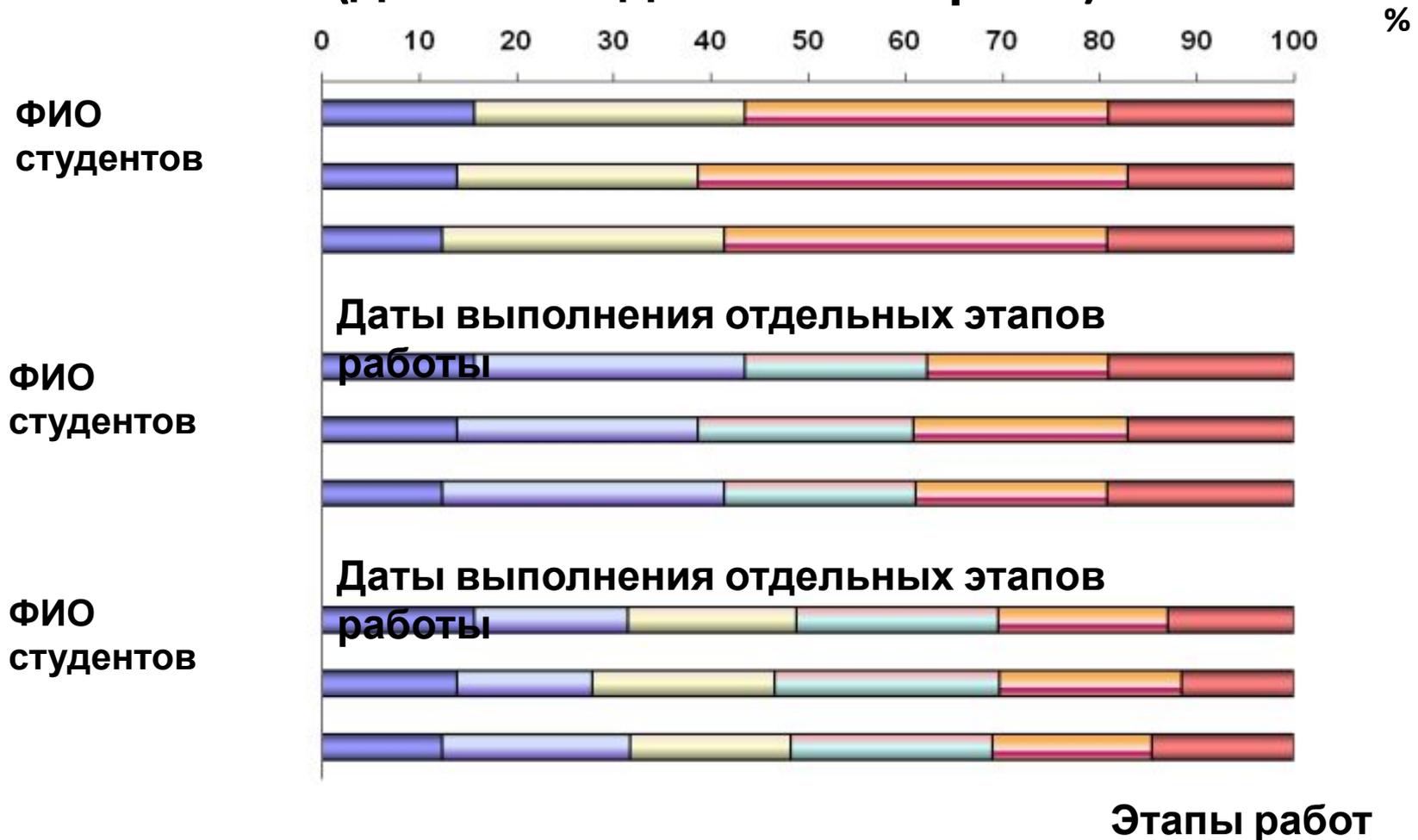
Таблица 1.1 – Социально-демографические признаки сегментирования

№ п/п	Признаки сегментирования	Варианты признаков
1	2	3
1	Пол	мужчины (юноши, мальчики), женщины (девушки, девочки)
2	Возраст	до 6 лет, 6-11 лет, 12-17 лет, 18-29 лет, 26-30 лет, 30-55 лет, 55+/ или дети дошкольного возраста, младшие школьники, подростки, молодёжь, взрослое население, люди пенсионного возраста
3	Жизненный цикл семьи	одинокие, молодая семья без ребенка, молодая семья с ребенком, семья в браке более 5 лет, пожилые супруги и т.д.
4	Род занятий	умственный труд, технические специалисты, собственники бизнеса, руководители государственных учреждений, руководители среднего звена, домохозяйки и т. п.
5

В таблицах можно использовать шрифт с размером букв – 12 кегль

График выполнения этапов ВКР

(для наглядности контроля)



Методическое обеспечение ВКР

Методические указания для выполнения ВКР, её представления, регламент защиты, презентации

Обучение студентов порядку выполнения различных разделов ВКР
(в рамках отведённых часов соответствующих учебных дисциплин)

Проведение консультаций для руководителей по любым вопросам ВКР

Проведение лекций и регулярных консультаций для студентов по вопросам ВКР