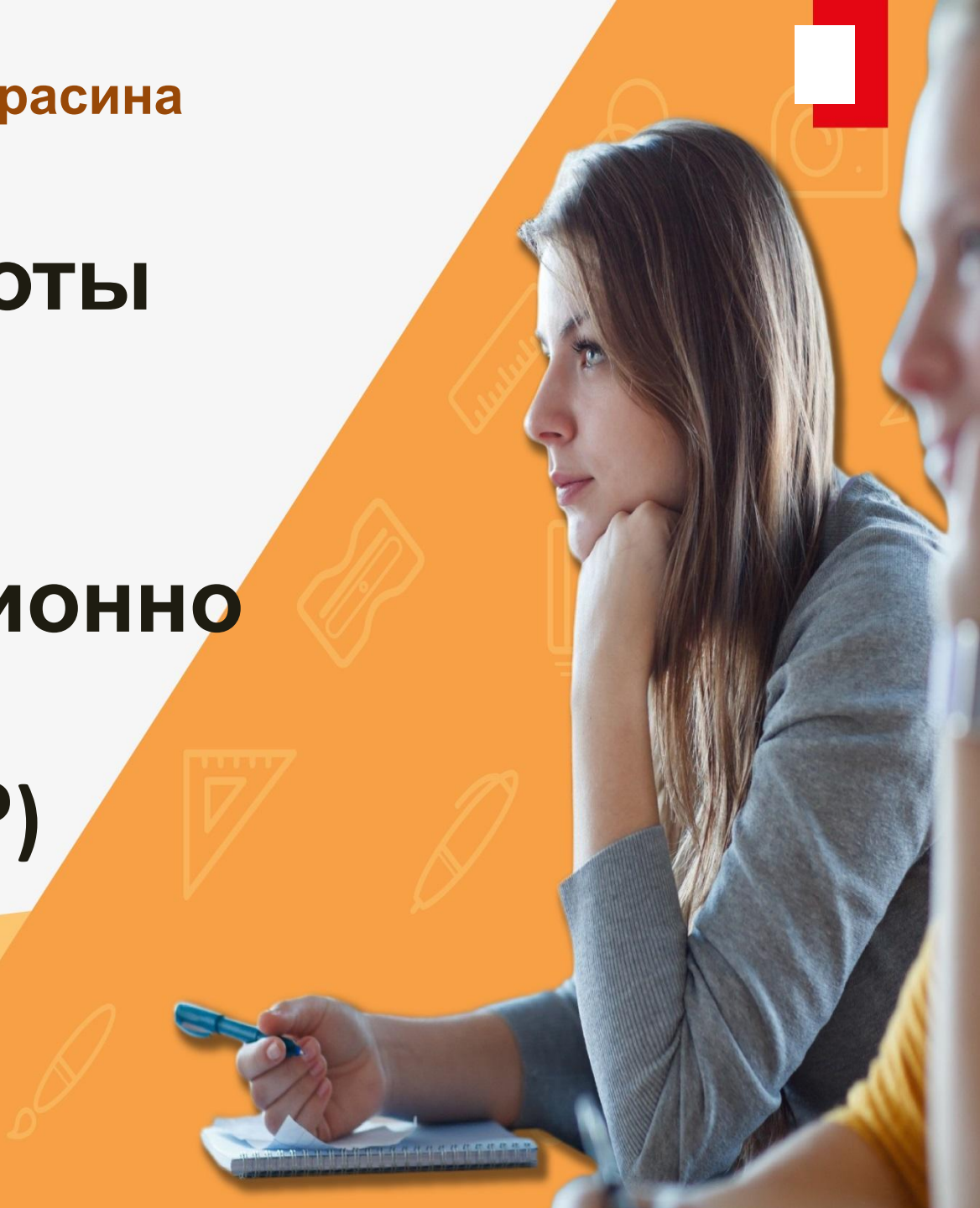


ГБПОУ ММТ им. Л.Б. Красина

# Порядок работы над Выпускной Квалификационн ой Работой (ВКР)

Октябрь 2016



# 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 по программам подготовки специалистов среднего звена**

# Государственная Итоговая Аттестация (ГИА)

- подготовка и защита Выпускной Квалификационной Работы (ВКР): дипломной работы, дипломного проекта

**Цель выполнения ВКР** - установление соответствия результатов освоения студентами образовательных программ СПО соответствующим требованиям ФГОС СПО

# Структура ВКР

**Титульный лист (имеет определённую форму)**

**Задание (выдаётся руководителем)**

**План-график (выдаётся руководителем)**

**Оглавление (перечень структурных частей ВКР, которые имеют заголовки, с указанием номера страницы, где имеется заголовок)**

**Введение (обоснование актуальности темы, цель, объект, предмет, задачи, методы)**

**1 Название раздела (условно - теоретическая часть, которая должна иметь конкретное название)**

**1.1 Название подраздела (структурная часть теоретического раздела)**

**1.2 Название подраздела (структурная часть теоретического раздела)**

**1.3 .....**

**2 Название раздела (условно - практическая часть, которая должна иметь конкретное название)**

**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)**

# Позиции введения

- обоснование актуальности избранной темы;
- формулирование цели ВКР;
- объект работы;
- предмет работы;
- (гипотезу исследования);
- задачи (по заданию руководителя);
- методы решения поставленных задач;
- научная новизна (если есть);
- практическая значимость;
- апробация
- общая структура работы (в 1-2 предложения).

# Общее понимание

- ***Актуальность темы*** – это обоснование степени важности и своевременности исследования (разработки) в данный отрезок времени, современное состояние разрабатываемой проблемы, степень (возможно, недостаточность) её изученности или разработанности, перспективы развития, востребованность, а также практическая значимость результатов работы.

# Пример актуальности

по теме «Создание концепции рекламной кампании Чайного дома «Души не чаю».

**Актуальность. Важность, своевременность.** (Состояние вопроса на сегодняшний день. Почему надо заниматься рекламой чая, чем чай полезен и зачем нужен в РФ, в Москве? Что такое Чайный дом (ЧД) вообще, и почему надо продвигать услуги ЧД «Души не чаю»?).

по теме «Разработка серии рекламно-информационных материалов для Благотворительного фонда «Созидание»».

**Актуальность.** За последние десятилетия, с учетом перманентных кризисов, не создало экономического роста для обеспечения государством социальных обязательств перед населением в необходимых объемах. .... Вопрос о необходимости развития благотворительных фондов как гарантии дополнительной поддержки наиболее нуждающихся слоев населения.

# Общее понимание

**Целью ВКР** является конечный результат исследования (разработки), в соответствии с названием темы, или предположительный прогноз результата исследования и пути достижения результата с помощью определенных средств.

В цели ВКР можно сформулировать предмет разработки, а также отразить особенности используемых методов для разработки проекта.

## Примеры

по теме «Создание концепции рекламной кампании Чайного дома «Души не чаю».

- **Цель работы** заключается в разработке рекламной концепции для развития деятельности Чайного дома «Души не чаю».

по теме «Разработка серии рекламно-информационных материалов для Благотворительного фонда «Созидание»».

- **Цель.** Разработка оригинал-макетов социальных плакатов ко дню защиты детей



# Общее понимание

- **Объект ВКР** – это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и взятое исследователем для изучения; это та часть научного знания, с которой исследователь имеет дело.
- **Предмет ВКР** – это аспект проблемы, то, что находится в рамках, в границах объекта, чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему. Предмет исследования – материальное явление, вещь, то, на что направлено мысль, действие или чувство.

Первичным является **объект исследования** (более широкое понятие), вторичным – **предмет исследования**,

в котором выделяется определенное свойство объекта исследования.

# Примеры

**по теме** «Создание концепции рекламной кампании Чайного дома «Души не чаю».

- **Объектом разработки** являются рекламно-информационные материалы для продвижения имиджа фирмы.
- **Предмет проектирования** – особенности рекламной концепции для Чайного дома «Души не чаю».

**по теме** «Разработка серии рекламно-информационных материалов для Благотворительного фонда «Созидание»».

- **Объектом разработки** является деятельность благотворительного фонда (БФ) «Созидание» и роль социальных плакатов в обществе.
- **Предмет проектирования** – социальные плакаты,

## **Пример по теме «Создание концепции рекламной кампании Чайного дома «Души не чаю».**

- Для решения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:
- **изучить историю и древние китайские традиции, связанные с чаепитием;**
- **составить описание деятельности Чайного дома «Души не чаю»;**
- **составить описание структуры деятельности Чайного дома «Души не чаю»;**
- **составить описание целевой (типологической) группы потребителей (клиентов, посетителей) Чайного дома;**
- **выявить необходимые Чайному дому информационно-рекламные материалы (визитные карточки, буклеты, листовки, конверты, скидочные карты, таблички и т.п.);**
- **выявить функции конкурентов (Чайный дом «ДАО», Клуб «КОКОН»; Клуб чайной культуры «Железный феникс»; Чайный клуб «Аватара».);**
- **разработать рекламную концепцию для Чайного дома «Души не чаю»;**
- **провести анализ элементов фирменного стиля;**

## **Пример по теме «Разработка серии рекламно-информационных материалов для Благотворительного фонда «Созидание»».**

- Для решения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:
- изучение проблем защиты детей в РФ и в мире;
- изучение законодательной базы защиты детства;
- анализ деятельности благотворительных фондов;
- изучение и структурирование деятельности благотворительного фонда (БФ) «Созидание»;
- разработка целевых предложений по составу рекламно-информационной продукции для мероприятий фонда;
- анализ и аналогов и выбор наиболее предпочтительных признаков рекламной продукции;
- разработка вариаций (цветовых, композиционных, текстовых решений) социальных плакатов;
- описание технологии разработки информационно-рекламных материалов для БФ «Созидание»;
- проведение социологического опроса по вариантам плакатов и обработка результатов;
- изготовление рекламно-информационных продуктов

# Методы работы (общее понимание)

- Выбор методов, используемых в работе, может зависеть от того, **какова специфика объекта и предмета изучения.**
- В ВКР могут быть использованы следующие методы: системный подход к объекту разработки, анализ литературы, наблюдение, анкетный опрос потребителей, фактографический сбор информации, систематизация, классификация данных, статистические методы обработки информации, экспертное оценивание, использование программных пакетов Microsoft Word, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, AutoCAD и т.п.

## ■ **Методы исследования и разработки.**

- **Методы.** В работе применён системный подход к предмету разработки, для описания истории возникновения чая и чайных традиций, рекламных концепций, структурирования деятельности Чайного дома «Души не чаю» использованы общелогические методы; для выбора целевого сегмента потребителей и анализа конкурентов рекламных концепций – методы маркетингового исследования; для анализа аналогов информационно-рекламных материалов – методы аналогии и неологии.

Работа реализована с применением программных продуктов операционной среды Windows 7, программных пакетов Adobe InDesign CC 2014; Adobe Illustrator CC 2017; Microsoft office Word; Microsoft PowerPoint.

- **Методы.** В работе использованы общелогические методы, методы социологического опроса и статистической обработки информации, методы

# Научная новизна (общие положения)

- *Научная новизна*, в зависимости от характера и сущности исследования, может формулироваться по-разному. Научная новизна определяется тем, что нового (новые теоретические положения, новые решения или принципы решения, новые или улучшенные критерии исследования) внесено в теорию и методику исследуемого предмета; какие получены новые результаты теоретических исследований или экспериментов, **новые знания или закономерности о предмете исследования**, которые развивают или уточняют сложившиеся ранее научные представления и практические достижения.

# Практическая значимость и апробация

- **Практическая значимость** заключается в возможности практического использования результатов работы в обществе, коллективе, производстве, отрасли науки, конкретной практике (наличие рекомендаций, предложений, методов, разработок, продукции и др.).
- **Под апробацией** понимается критическая оценка со стороны научного сообщества проведённых исследований. Оценке подвергаются методики исследования, промежуточные и конечные результаты работы. Наиболее распространенными способами доведения до научной общественности материалов исследований являются участие в научных конференциях, симпозиумах.



# Пример по теме

- **Новизна работы** заключается в систематизации комплекса чайных услуг на современном рынке чая и выявлении перспективных направлений их развития.
- **Практическая значимость** состоит в разработке элементов рекламной концепции для компании Чайный дом «Души не чаю», нацеленных на повышение удовлетворённости потребителей качеством предоставляемых услуг а также ряда рекламных продуктов, реализация и распространение которых позволит расширить аудиторию потребителей китайского чая и чайных услуг, принесёт дополнительную прибыль компании.

# Пример по теме

- **Новизна работы** заключается в систематизации комплекса чайных услуг на современном рынке чая и выявлении перспективных направлений их развития.
- **Практическая значимость** состоит в разработке элементов рекламной концепции для компании Чайный дом «Души не чаю», нацеленных на повышение удовлетворённости потребителей качеством предоставляемых услуг а также ряда рекламных продуктов, реализация и распространение которых позволит расширить аудиторию потребителей китайского чая и чайных услуг, принесёт дополнительную прибыль компании

# Апробация по теме

- **Частично результаты ВКР докладывались и получили положительную оценку на городской студенческой научно-практической конференции УПО «Сервис и легкая промышленность» «Современный студенческий потенциал: идеи, гипотезы, проекты». Получен диплом за I место.**

# Апробация по теме

- **Частично результаты ВКР докладывались и получили положительную оценку на городской студенческой научно-практической конференции УПО «Сервис и легкая промышленность» «Современный студенческий потенциал: идеи, гипотезы, проекты». Получен диплом за I место.**

# Структура работы

- Работа состоит из введения трёх разделов, заключения, библиографии, включающей 29 источников и приложений; изложена на 64-х страницах машинописного текста, содержит 12 рисунков и 4 таблицы.

# 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 .....  
установлено ....

# Требования к оформлению

- Каждый раздел начинается с новой страницы;
- Текст Times New Roman, 14 кегль, через 1,5 интервала;
- Заголовки – жирным шрифтом, слова – без переноса;
- Поля определённых размеров – левое 30мм, верхнее, нижнее по 20мм, правое 10(15) мм;
- Нумерация страниц – внизу посередине, титульный лист не нумеруется, но включается;
- Грамотный библиографический список литературы – в соответствии с ГОСТ;
- Ссылки на источники по всему тексту – в конце предложения [1]. .....[2,5]. ..... [1-3].
- Стиль изложения – грамотный, как констатация фактов.

# Материалы для представления на слушания I-й части ВКР - обязательны

- Титульный лист (тема ВКР, ФИО студента, руководителя);
- Задание, план-график;
- **Часть текста** пояснительной записки, **распечатанный** с соблюдением требований ГОСТ;
- **Список использованных источников;**
- Устный доклад – на 5 минут;
- **Презентация** для демонстрации доклада (5 -7 слайдов).



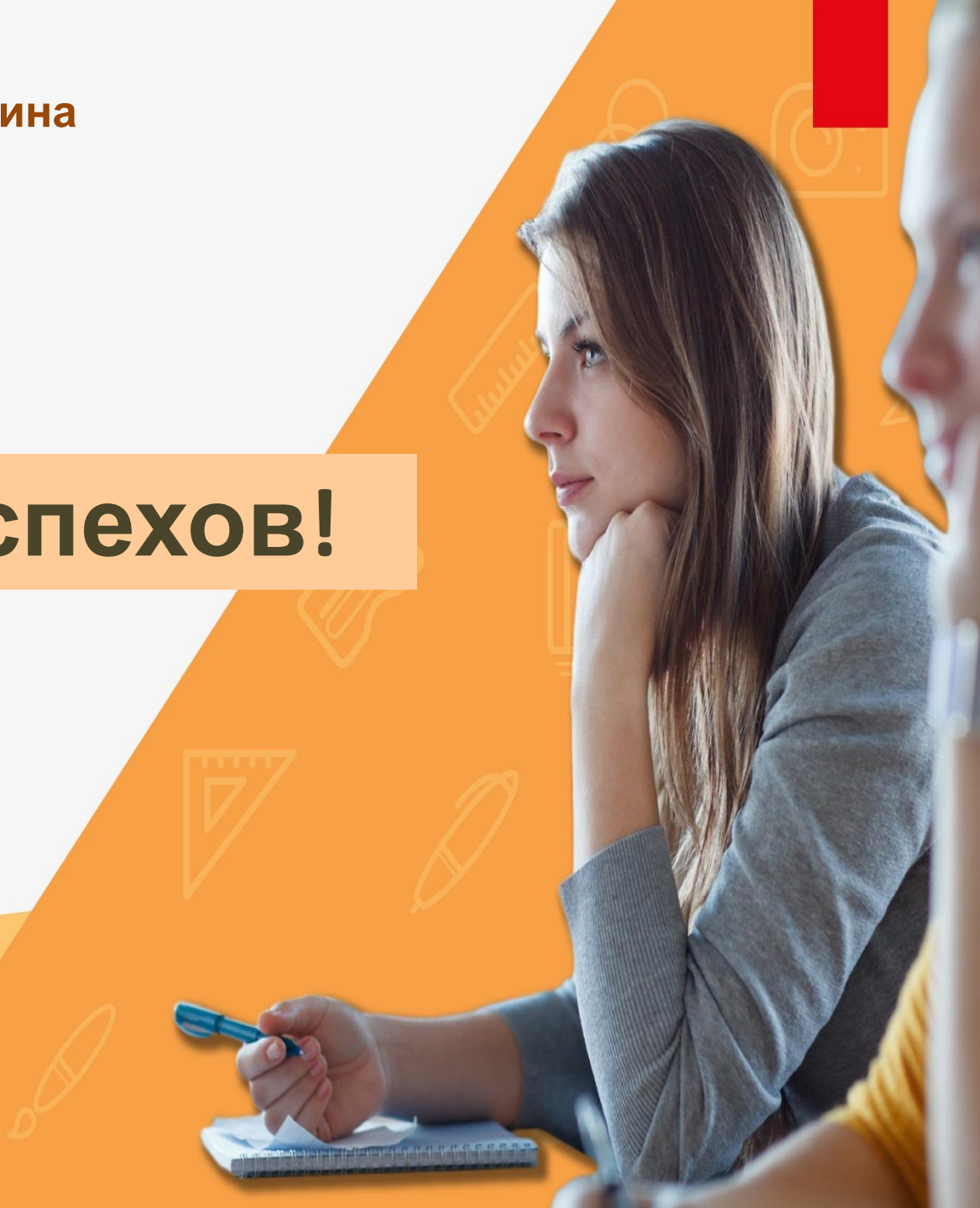
# Материалы для защиты на Государственной аттестационной КОМИССИИ

- Квалификационная письменная экзаменационная работа – в твёрдом переплёте
- Устный доклад – на 5 – 10 минут
- Презентация для демонстрации доклада
  - первый слайд – тема, ФИО руководителя, ФИО студента;
  - второй слайд – цель и задачи работы;
  - 6-10 слайдов – демонстрация содержательной части работы;
  - последний слайд – основные позиции заключения.
- Графическая часть – иллюстрация выполненной разработки в приложении

ГБПОУ ММТ им.Л.Б. Красина

**Желаем успехов!**

Ноябрь 2016



# 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

- **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.)

# 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 .....