

Поволжский институт управления  
имени П.А. Столыпина – филиал РАНХ иГС

Кафедра социальных коммуникаций



# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ВКР

Направление  
**42.03.01** Реклама и связи  
с общественностью

Саратов.  
2015



# СТРУКТУРА ВКР

(каждая часть имеет свое название в соответствии с темой ВКР)

ТЕМАТИКА

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ

ЭМПИРИЧЕСКАЯ

ПРОЕКТНАЯ

Д

ЗАДАНИЕ

БИБЛИОГРАФИЯ

СПИСОК

ЛИТЕРАТУРЫ

ИЛИ



# ВВЕДЕНИЕ

- Актуальность социальная, институциональная, организационная
- Объект и предмет
- Цель и задачи
- Теоретические основания работы
- Методы исследования
- PR -методы и технологии
- Практическая значимость
- Апробация работы
- Структура работы



# ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

- Название теоретической части - связь с темой  
Раскрывает все термины и понятия,  
содержащиеся в названии работы
- Показывает российскую, региональную,  
организационную специфику
- Логика теоретической части – от конца к началу
- Обращение к источникам. Обязательные  
источники Классики. Российские ученые. Труды  
сотрудников ПИУ и кафедры социальных  
коммуникаций
- Обязательное обращение к журналам за  
последние 5 лет. Эрудиция и цитирование
- Связь параграфов
- Выводы по параграфам и главе



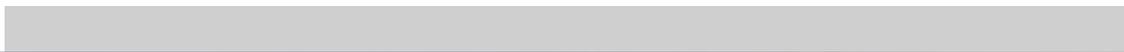
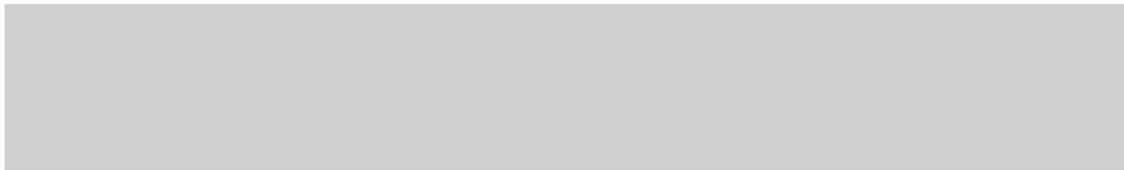
# ЭМПИРИКО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

- ОБОСНОВАНИЕ ПРОГРАММЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
- Анализ организации (история, миссия, цели, стратегии, товары и услуги). При необходимости - организационный аудит
- Коммуникационный аудит ( контент-анализ, ивент-анализ, анкетирование, визуальный анализ - *в соответствии с задачами исследования*)
- **ПРОБЛЕМАТИЗАЦИЯ**
- Анализ стейкхолдеров (ожидания, матрица влияния/интересов, заказ)
- Анализ целевых аудиторий (объективные и субъективные характеристики)
- SWOT -анализ (продвинутый вариант со стратегическими)



# Структурировать проблемную

ситуацию:



# Стейкхолдеры

группы влияния, существующие  
внутри или вне организации,  
которые надо учитывать при  
осуществлении деятельности



- Определить список стейкхолдеров
- Определить ожидания/претензии стейкхолдеров
- Представить результаты в виде таблицы

Стейкхолдер	Ожидания	претензии

- Составить матрицу влияния/интересов

Стейкхолдер	интерес	влияние



# SWOT - анализ

SWOT-анализ – это определение сильных и слабых сторон организации/проекта/идеи, возможностей и угроз, исходящих из ее ближайшего окружения (внешней среды), а также анализ стратегий изменения

- **Сильные стороны** – strengths – свойства проекта или коллектива, дающие преимущества перед другими в отрасли
- **Слабые стороны** – weaknesses – свойства, ослабляющие проект
- **Возможности** – opportunities – внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели
- **Угрозы** – threats – внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели



Проект	О возможности (внешняя среда)	Т угрозы (внешняя среда)
S сильные стороны (внутренняя среда)	SO	ST
W слабые стороны (внутренняя среда)	WO	WT

## SWOT - анализ



# Матрица SWOT - анализа

<p><i>Кафедра Социальных коммуникаций ПИУ им. П.А. Столыпина</i></p>	<p><b><u>ВОЗМОЖНОСТИ (O)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• востребованность профессий PR и конфликтология</li> <li>• поддержка вуза Правительством Саратовской области</li> <li>• модернизация образования</li> </ul>	<p><b><u>УГРОЗЫ (T)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• демографический провал</li> <li>• усиление конкуренции</li> <li>• объединение Вузов</li> <li>• несовершенство профессионального образовательного стандарта</li> <li>• смена кабинета министров</li> </ul>
<p><b><u>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• уникальная школа проектирования</li> <li>• опыт организационного консультирования и экспертизы</li> <li>• развитая учебно-методическая база</li> <li>• участие в международных проектах, выставках, конкурсах</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ привлечение дополнительных ресурсов через гранты разных уровней</li> <li>✓ активное вовлечение большего числа студентов в дела кафедры</li> <li>✓ продвижение кафедры</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ активное участие в программах довузовского обучения</li> <li>✓ участие в межвузовских программах</li> <li>✓ использование технологий проектирования для компенсации недостатков ФГОС</li> <li>✓ мониторинг ключевых посланий в сфере образования</li> </ul>
<p><b><u>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• наличие нескольких команд среди ППС</li> <li>• перегруженность методической работой</li> <li>• усталость от проверок</li> <li>• снижение качества учебного процесса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ включение преподавателей из разных команд в правительственные программы и модернизационные процессы</li> <li>✓ взаимный контроль качества через СМК</li> <li>✓ обсуждение на заседаниях кафедры и методологическом семинаре программ и УМК</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ укрепление организационной культуры</li> </ul>



# ПРОЕКТНАЯ РАЗРАБОТКА

- Формулировка цели. Технология SMART
- Стратегия проекта
- Задачи проекта
- Мероприятия, результаты
- Медиаплан. План –график проектных работ (график Ганта)
- Бюджет проекта
- Команда проекта
- Оценка эффективности проекта.  
Результаты продукты и результаты -



# Библиографический список

- Оформлен по ГОСТу
- Не менее 40 источников
- Соответствует ссылкам в тексте
- Обязательные источники. Классики.  
Российские ученые. Труды сотрудников  
ПИУ и кафедры социальных  
коммуникаций
- Обязательное обращение к журналам



# Заключение

- Общие выводы
- Анализ достигнутых результатов
- Что мешало, что помогало в написании ВКР
- Перспективы развития темы



# Приложения

- Материалы организации
- описания методик – если они авторские или малоизвестные
- транскрипты интервью
- большие таблицы
- все, что иллюстрирует проблематику



# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ВКР

## Направление 42.03.01

Реклама и связи с общественностью

- Вопросы, замечания, комментарии?

