

**Приватний вищий навчальний заклад  
УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА**

**Гуманітарний факультет**

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Завідувач кафедри  
журналістики, реклами та  
зв'язків з громадськістю

---

«06» березня 2018 р.

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

щодо виконання кваліфікаційних робіт  
студентами освітнього ступеня «бакалавр»

Галузь знань: 0303 «Журналістика та інформація»

Напрямок підготовки: 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю»

Галузь знань: 06 «Журналістика»

Спеціальність: 061 «Журналістика»

Спеціалізація «Реклама та зв'язки з громадськістю»

**Івано-Франківськ – 2018 рік**

**Методичні вказівки щодо виконання кваліфікаційних робіт студентами освітнього ступеня бакалавр галузі знань 0303 «Журналістика та інформація», напрямку підготовки 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю»; галузі знань 06 «Журналістика», спеціальності 061 «Журналістика», спеціалізації «Реклама та зв'язки з громадськістю». — Івано-Франківськ : Університет Короля Данила, 2018. — 47 с.**

**Розробники:** к. філол. н., доц. Копистинська І.М.,  
к. е. н., проф. Рижий І.Б.

**Рецензент:** \_\_\_\_\_

Методичні вказівки щодо виконання кваліфікаційних робіт обговорено та рекомендовано до затвердження на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

*Протокол №7 від «б» березня 2018 року*

*Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (Копистинська І.М.)*

© Університет Короля Данила, 2018 рік  
© Копистинська І.М., Рижий І.Б., 2018 рік

## ЗМІСТ

1. Загальні положення.....	4
2. Порядок виконання кваліфікаційної роботи.....	6
2.1 Вибір теми кваліфікаційної роботи.....	6
2.2 Підбір літератури.....	7
2.3 Опрацювання літератури.....	7
2.4 Складання плану кваліфікаційної роботи.....	8
3. Структура та технологія виконання кваліфікаційної роботи.....	9
3.1 Організація виконання кваліфікаційної роботи.....	9
3.2 Робота над рукописом.....	9
3.3 Робота над структурними підрозділами.....	11
4. Правила оформлення кваліфікаційної роботи.....	18
4.1 Загальні принципи оформлення кваліфікаційної роботи.....	18
4.2 Оформлення таблиць та ілюстрацій.....	19
4.3 Посилання на використані джерела.....	20
4.4 Формування списку використаних джерел.....	21
4.5 Оформлення додатків.....	21
5. Типові помилки та недоліки під час виконання кваліфікаційної роботи.....	23
6. Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи.....	25
7. Захист кваліфікаційної роботи.....	27
8. Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи.....	28
Додатки.....	32

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Кваліфікаційна робота бакалавра є самостійною творчою роботою, виконаною студентом на завершальному етапі навчання в університеті, яка синтезує результати теоретичної та практичної підготовки за обраною спеціальністю, є кваліфікаційним документом, що ілюструє рівень знань, навичок й умінь, необхідних для професійної діяльності, і дає підстави Державній екзаменаційній комісії (далі – ДЕК) ухвалити рішення про присвоєння кваліфікації.

Кваліфікаційна робота має узагальнюючий характер. З однієї сторони, вона є підсумком навчальної підготовки її автора, а з іншої – оригінальною творчою роботою студента, що відповідає вимогам, передбаченим кваліфікацією фахівця з реклами і зв'язків з громадськістю. Виконання такої роботи передбачає уміння її автора виявляти проблеми у діючій практиці і знаходити шляхи, прийоми та методи їх вирішення та творчо підходити до їх розв'язання.

*Метою кваліфікаційної роботи є розробка на основі теоретичного підґрунтя та практичного аналізу рекламної чи PR-діяльності підприємства проекту інформаційного продукту чи інформаційної акції або сам інформаційний продукт чи інформаційна акція. При цьому, інформаційними продуктами є рекламні та PR-матеріали, документи, продукція тощо, а інформаційними акціями – рекламні та PR-акції, іміджеві акції, організація виставок, культурних заходів, що носять інформаційний характер тощо.*

На попередній та державний захист виносяться або бакалаврський проект, або виготовлений інформаційний продукт чи проведена інформаційна акція. Якщо на захист виносяться проекти, державна екзаменаційна комісія має право рекомендувати їх до впровадження.

Проект, запропонований студентом, повинен мати обґрунтування доцільності розробки і мати практичне значення для конкретного підприємства, вирішувати його конкретні рекламні чи PR-завдання. Проект має базуватись на проведеному аналізі діяльності підприємства та містити оцінку прогнозних результатів і ризиків від їх запровадження.

Основними *завданнями*, що вирішуються в процесі підготовки та захисту кваліфікаційної роботи, є:

— проведення поглибленого всебічного аналізу рекламної та (або) PR-діяльності підприємства, вивчення (або поглиблення) й узагальнення теоретичних і методологічних засад такої діяльності;

— творчий підхід до дослідження теоретичних, управлінських засад, проведення ретроспективного аналізу та системного аналізу діючої практики обраного об'єкту, здатність генерувати

інноваційні пропозиції, управлінські рішення, обґрунтовувати їх необхідність, доцільність, економічну та психологічну ефективність;

— пошук перспективних напрямів розвитку та резервів удосконалення рекламної та PR-діяльності на локальному, регіональному, національному та міжнародному рівнях.

— розробка інформаційного продукту, акції чи кампанії для підприємства

— належне оформлення результатів виконаного дослідження та проекту;

— забезпечення наявності всіх супровідних документів;

— виконання та подання роботи на кафедру в терміни, передбачені графіком навчального процесу та графіком виконання та попереднього захисту кваліфікаційних робіт;

— підготовка проекту до захисту;

— публічний захист кваліфікаційної роботи.

Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт готується кафедрою реклами і зв'язків з громадськістю відповідно до змісту освітньо-професійної програми, навчального плану й охоплює всі професійно-орієнтовані дисципліни.

Ознайомившись із тематикою кваліфікаційних робіт і керуючись власними професійними інтересами, функціональними обов'язками за місцем проходження переддипломної практики, студент обирає найбільш привабливий для себе напрям розробки творчого бакалаврського проекту. Отож вибір теми бакалаврського проекту здебільшого залежить від визначення бази проходження переддипломної практики. Основна мета цієї практики – аналіз рекламної та (або) PR-діяльності підприємства і на його основі пошук шляхів удосконалення такої діяльності. Результатом пошуку стає самостійний творча розробка інформаційного продукту, акції чи кампанії.

Робота виконується українською мовою. У роботі необхідно стисло, логічно й аргументовано викласти зміст і результати дослідження.

Автор обов'язково повинен посилатися на авторів і джерела, з яких запозичені окремі результати та матеріали як теоретичного, так і емпіричного характеру.

У мовностилістичному оформленні роботи варто дотримуватись вимог наукового стилю, уникати загальних фраз, тавтології, бездоказових тверджень.

## 2. ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

### 2.1 Вибір теми кваліфікаційної роботи

Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт розробляється кафедрою реклами і зв'язків з громадськістю, щорічно оновлюється та затверджується на засіданні кафедри.

Студент самостійно вибирає тему кваліфікаційної роботи:

- керуючись запропонованою кафедрою орієнтованою тематикою кваліфікаційних робіт;
- запропонувавши свою тему;
- за тематикою, яку замовляють державні установи й організації, підприємницькі структури, що уклали з університетом контракти на навчання студентів або мають з ним укладені угоди про співпрацю.

Здійснюючи вибір теми бакалаврського дослідження і проекту, студент керується різними міркуваннями й інтересами, серед яких:

- знайомство з проблематикою, її актуальністю та значимістю;
- своїм теперішнім чи майбутнім місцем роботи (працевлаштування);
- передбачуваною майбутньою базою переддипломної практики;
- своїм майбутнім фахом і рівнем підготовки;
- іншими уподобаннями й інтересами.

У кожному конкретному випадку при виборі теми варто враховувати її актуальність і новизну, практичну значимість розробки, перспективу професійного росту, можливості впровадження запропонованого проекту.

Консультації з питань формування теми дипломного дослідження надає завідувач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю та наукові керівники.

Визначившись попередньо з темою кваліфікаційної роботи, студент подає на ім'я завідувача кафедри заяву (*додаток А*).

Науковий керівник кваліфікаційної роботи:

- уточнює тему роботи;
- надає допомогу студенту у складанні плану роботи;
- здійснює керівництво підготовкою роботи;
- формує (разом зі студентом) завдання на виконання кваліфікаційної роботи;
- контролює дотримання графіку виконання кваліфікаційної роботи;
- проводить систематичні консультації;
- видає індивідуальні завдання у процесі виконання

роботи;

— здійснює контроль рівня виконаної роботи відповідно до вимог освітнього стандарту та методичних вказівок;

— надає письмовий відгук на завершену роботу (*додаток Е*);

— надає допомогу в підготовці доповіді на публічний захист в

ДЕКу;

— надає допомогу в підготовці ілюстративного матеріалу до роботи;

— регулярно (1 раз на місяць) звітує на засіданнях кафедри про хід виконання кваліфікаційної роботи;

— присутній на публічному захисті в ДЕКу.

Затверджені на засіданні кафедри теми кваліфікаційних робіт закріплюються за студентами-виконавцями та науковими керівниками.

Витяг із протоколу засідання кафедри подається в деканат економічного факультету для підготовки проекту наказу ректора університету.

## **2.2 Підбір літератури**

Для того, щоб грамотно розробити творчий проект, студент повинен проаналізувати теоретичне підґрунтя і опрацювати літературу за темою. Студент самостійно підбирає необхідну літературу. Робота над пошуком літератури розпочинається з огляду систематичних і алфавітних каталогів наукових бібліотек. Основну увагу студент повинен акцентувати на монографічній літературі. При цьому він має виокремити наукові праці тих вітчизняних і зарубіжних авторів, які працюють (працювали) над науковими проблемами, пов'язаними з темою творчої кваліфікаційної роботи.

Студент обов'язково знайомиться з журнальними та газетними публікаціями за останні 2–3 роки. Для вивчення обраної теми студент знайомиться з підручниками та навчальними посібниками як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. При цьому не варто забувати, що вони є допоміжною літературою для виконання дослідження та не допускається виконання теоретичної частини кваліфікаційної роботи виключно за їх матеріалами.

На основі підбраної до теми літератури складається список використаних джерел, який у процесі її вивчення буде постійно поповнюватись.

Підібравши й узагальнивши літературу, студент приступає до її опрацювання.

## **2.3 Опрацювання літератури**

Опрацювання літератури супроводжується її ксерокопіюванням або конспектуванням. Студент виписує важливі, на його думку, теоретичні

положення з обов'язковим посиланням на авторів і джерела, з яких запозичено матеріали або окремі результати. Таким чином, формується робочий матеріал для написання теоретичного розділу кваліфікаційної роботи.

Варто пам'ятати, що постійно з'являються нові публікації, насамперед, у наукових часописах і збірниках. Тому у процесі написання роботи потрібно докладати зусиль для поповнення переліку літературних джерел, на які робляться посилання.

Важливо при опрацюванні літературних джерел зазначити всі необхідні дані (прізвище, ініціали автора, повну назву роботи, видавництво, рік видання, сторінки), робити помітки на полях (або на звороті).

В організації збору й обробки матеріалів для наукових досліджень розрізняють кілька організаційно-методичних підходів:

- цілісний;
- послідовний;
- вибірковий.

У першому варіанті матеріал збирається й обробляється для всіх розділів кваліфікаційної роботи в міру його знаходження.

При послідовному підході дослідження здійснюються із урахуванням плану.

Вибірковий підхід може бути використаний автором дослідження залежно від формування бази дослідження на власний розсуд.

#### **2.4 Складання плану кваліфікаційної роботи**

План є обов'язковим і важливим атрибутом майбутньої кваліфікаційної роботи. Він дозволяє логічно пов'язати окремі проблеми обраної та розгорнутої в текстовій частині роботи теми дослідження та розмістити їх у певній послідовності.

При цьому варто мати на увазі, що всі проблеми, які розглядаються автором кваліфікаційної роботи, пов'язані єдиною метою дослідження. Напрямок дослідження йде від простого до складного. Потрібно починати із загальних теоретичних положень, а потім переходити до аналізу конкретної рекламної та (або) PR-діяльності підприємства. Останній, найважливіший, розділ кваліфікаційної роботи присвячений опису творчого проекту та управління проектом.

План самостійно складається студентом після опрацювання літератури, погоджується та затверджується науковим керівником.

План має складатися зі вступу, трьох розділів, які деталізуються параграфами, висновків, списку використаних джерел і додатків (за необхідності). Водночас, план роботи не варто переобтяжувати надмірною кількістю розділів. Пункти плану повинні відображати сутність теми



дослідження та специфікації проекту, бути короткими, лаконічними та викладатися у логічній послідовності (*додаток Б*).

### **3. СТРУКТУРА ТА ТЕХНОЛОГІЯ ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

#### **3.1 Організація виконання кваліфікаційної роботи**

Після затвердження теми та плану кваліфікаційної роботи її автор разом із науковим керівником складають робочий план і завдання на виконання кваліфікаційної роботи (*додаток В*). У завданні відповідно до графіку, затвердженого на засіданні кафедри, визначається календарний графік виконання Кваліфікаційної роботи студентом. Завдання на виконання Кваліфікаційної роботи підшивається після титульної сторінки, але до нумерації сторінок і загального обсягу роботи не включається.

Відповідно до визначених термінів науковий керівник роботи та кафедра здійснюють контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, а студент несе персональну відповідальність за дотримання календарного графіку виконання роботи.

Кафедра складає та затверджує графік консультацій професорсько-викладацького складу кафедри. У визначені графіком дні та час наукові керівники проводять консультації для студентів.

У межах визначених термінів студент подає науковому керівнику підготовлені розділи кваліфікаційної роботи.

Після перевірки науковим керівником розділи кваліфікаційної роботи із зауваженнями та рекомендаціями щодо покращення та подальшої роботи повертаються виконавцям. Повністю виконана кваліфікаційна робота подається науковому керівнику для написання відгуку.

На завершальній стадії підготовки кваліфікаційної роботи кафедра реклами та зв'язків з громадськістю організовує попередній захист робіт на предмет їх відповідності вимогам галузевого стандарту до робіт такого виду, наявності та якості роздаткових матеріалів, перевірки ерудованості автора.

Допущена комісією з попереднього захисту кваліфікаційна робота перешлітається та підписується її автором на останній сторінці висновків.

Студент, консультуючись із науковим керівником, готує доповідь на захист в ДЕКу й у визначені розкладом дні з'являється на публічний захист кваліфікаційної роботи.

#### **3.2 Робота над рукописом**

Кваліфікаційна робота є самостійною завершеною творчою розробкою.

Основним змістом кваліфікаційної роботи є узагальнення теоретичних засад з обраної теми, аналіз рекламної чи PR-діяльності конкретного підприємства та опис інформаційного продукту чи проекту.

На основі ґрунтовного опрацювання достатньої кількості наукової літератури, детального аналізу та критичної оцінки різних точок зору науковців і практиків на досліджувану проблему студент має продемонструвати своє уміння відстежити та розкрити сутність досліджуваних категорій, понять, особливостей і тенденцій розвитку явищ і процесів суспільного життя. Водночас, Кваліфікаційна робота не може ґрунтуватися лише на поглядах одного, нехай і дуже авторитетного автора, відображати лише одну, нехай і досить обґрунтовану, точку зору.

Завдання автора при написанні Кваліфікаційної роботи значно полегшиться, якщо він складе для себе розширений (деталізований) робочий план майбутньої роботи зі скороченим викладом змісту розділів у тезисному вигляді з виокремленням основних моментів.

Зібраний матеріал варто викладати у логічній послідовності, починаючи від простого (одиночного) до складного (загального).

Характерною ознакою наукового тексту є його цілісність, завершеність, логічна послідовність.

Можливими функціонально-синтаксичними засобами вираження логічних зв'язків у дипломній роботі є:

— засоби, що вказують на послідовність (насамперед, спочатку, отже, по-перше, по-друге);

— засоби переходу від однієї думки до іншої (раніше ніж..., необхідно з'ясувати..., зупинитись на..., необхідно розглянути..., перейдемо до...);

— засоби причинно-наслідкового зв'язку (окрім того, таким чином, тому, відповідно до цього);

— засоби заперечення (у той час як, проте, але);

— засоби, що підводять підсумок, формують висновок, фіксують результат (підсумовуючи, отже, вищесказане дає підстави, варто зазначити).

Культуру наукової мови визначають такі її якісні характеристики як точність (зокрема, це стосується формулювання думки, коректного використання термінології, відповідності висновків результатам проведених емпіричних досліджень, відповідності першоджерелам); ясність – думка має бути подана зрозуміло, доступно, доказово; стислість – у роботі варто уникати великих описів і публіцистичних відступів. Робота має в концентрованому вигляді засвідчити наукову ерудицію автора, його професійні якості, уміння виявляти проблеми та знаходити шляхи їх розв'язання.

Суттєвою вимогою до Кваліфікаційної роботи є її відповідність особливостям стилю наукового викладу. Виклад матеріалу зазвичай здійснюють

від третьої особи (автор вважає..., на думку автора...), займенник «я» замінюють займенником «ми».

Важливим у процесі формування рукопису творчого бакалаврського проекту є дотримання тісного взаємозв'язку теоретичних положень, емпіричних досліджень та творчих розробок. Варто дотримуватись правил підтвердження теоретичних положень результатами проведеного аналізу, а наведені цифрові дані в таблицях супроводжувати висновками дослідника.

### **3.3 Робота над структурними підрозділами**

#### **Структура творчої кваліфікаційної роботи:**

**1. Титульна сторінка**

**2. Зміст** (із зазначенням сторінок).

**3. Завдання на дипломну роботу**

**4. Пояснювальна записка:**

**4.1 Вступ.** Розкриваються актуальність, новизна проекту (продукту), практична цінність, визначається мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження

**4.2 Теоретичний розділ.**

**4.3 Аналітичний розділ:**

**4.3.1 Аналіз рекламної та (або) PR-практики підприємства**

**4.3.2 Пропозиція шляхів удосконалення діяльності підприємства, обґрунтування практичного значення інформаційного продукту чи інформаційної акції на основі аналізу або завдання замовника;**

**4.4 Творчий розділ (розробка інформаційного проекту):**

**4.4.1 Характеристика продукту, який має бути виготовлено, чи акції, яку необхідно провести:** Особливість та відмінність пропонованого продукту чи пропонованої акції від існуючих на підприємстві. Структура, музичний та звуковий супровід, відеоряд чи перелік візуальних ситуацій, осіб, явищ, процесів тощо, ілюстративний матеріал, технічні характеристики, перелік технічних та програмних засобів, необхідних для втілення проекту (продукту). При цьому, якщо автор проекту планує використовувати у його розробці чужі матеріали (музика, фото тощо), необхідно зазначити їхнє авторство.

**4.4.2 Етапи планування акції чи кампанії або етапи розробки продукту:** (мета, цілі, визначення цільового ринку, бюджет, розробка рекламного звернення, вибір носіїв реклами).

**4.4.3 Умови впровадження.** Вказати бажані умови впровадження продукту чи проведення акції, кампанії. Назвати можливі ризики. Запропонувати

способи визначення ефективності від використання продукту чи проведення акції, кампанії.

## **5. Власне інформаційний продукт (проект).**

### **6. Висновки:**

6.1 Висновки з проведеного дослідження

6.2 Оцінка одержаних результатів.

6.3 Сфера застосування проекту чи продукту.

6.4 Його ефективність.

6.6 Практичне значення

## **7. Список використаних джерел**

### **8. Додатки:**

8.1 Інформаційний проект (продукт) в електронному чи друкованому варіанті.

8.2 Примірники газет, журналів, книг тощо чи їх копії (за необхідності).

8.3 Ілюстративні матеріали, що ілюструють практичну діяльність підприємства та рекламні чи PR-матеріали, розроблені автором самостійно, які мають значення для кваліфікаційної роботи.

Хоча робота розпочинається зі вступу, до його написання приступають після закінчення виконання всіх розділів і висновків.

У *вступі* подають загальну характеристику кваліфікаційної роботи у такій послідовності: актуальність теми, стан і ступінь дослідженості теоретичного підґрунтя вітчизняними та зарубіжними науковцями, мета кваліфікаційної роботи, завдання кваліфікаційної роботи, об'єкт і предмет дослідження, методи дослідження, теоретична, методологічна та фактологічна база дослідження, практичне значення одержаних результатів, загальна характеристика структури й обсягу кваліфікаційної роботи.

*Актуальність теми.* Обґрунтовують актуальність пропонованого творчого проекту, його новизна і доцільність його розробки у кваліфікаційній роботі для практичної дійсності.

*Стан і ступінь дослідженості проблематики вітчизняними та зарубіжними науковцями.* Відзначаються вітчизняні та зарубіжні вчені, що досліджували проблематику, та які результати ними вже отримані; характеризуються основні теоретичні та методологічні засади кваліфікаційної роботи, наводиться перелік дослідників у алфавітному порядку.

*Метою кваліфікаційної роботи* є розробка на основі теоретичного підґрунтя та практичного аналізу рекламної чи PR-діяльності підприємства проекту інформаційного продукту чи інформаційної акції або сам інформаційний продукт чи інформаційна акція. Наявність поставленої мети дослідження дозволяє визначити його завдання.

*Завдання дослідження можуть включати:*

- вивчення певних теоретичних питань, які входять до загальної проблеми дослідження (наприклад, виявлення сутності понять, явищ, процесів, принципів та умов застосування тощо);
- усебічне вивчення практичної рекламної та (або) PR-діяльності підприємства, виявлення її типового стану, недоліків і труднощів, їхніх причин;
- обґрунтування необхідності розробки інформаційного продукту, акції чи кампанії для покращення такої діяльності;
- розробка проєкту.

Формулювати завдання варто точно та чітко, оскільки опис їх вирішення повинен становити зміст розділів роботи. Заголовки параграфів кваліфікаційної роботи визначаються саме при формулюванні завдань дослідження.

*Об'єктом дослідження* є конкретне підприємство

*Предметом* - процес рекламної та (або) PR-діяльності підприємства

В об'єкті виокремлюється та його частина, яка є предметом дослідження.

Розрізняють теоретичні й емпіричні об'єкти наукового дослідження.

Теоретичні об'єкти дослідження є результатом раніше виконаних наукових досліджень (концепції, об'єктивні економічні закони, економічні категорії, поняття) які, зважаючи на зміни суспільного життя, процеси, що відбуваються, потребують уточнення, доповнення, нового трактування, оригінальних підходів до їх вивчення.

Емпіричні об'єкти дослідження можуть існувати об'єктивно та не залежати від свідомості та волі людей і бути створеними людьми, тобто залежати від впливу суб'єктивного чинника.

Об'єкт наукового дослідження та його елементи знаходяться в оточенні середовища і взаємодіють із ним. Досліднику важливо виявити фактори, що впливають на об'єкт дослідження, визначити серед них суттєві та несуттєві.

Фактори впливу на об'єкт дослідження поділяють на політичні, ідеологічні, соціальні, демографічні, матеріальні, організаційні, інформаційні, технологічні, економічні, соціально-економічні, фінансові, техніко-економічні, психологічні й ін.

*Методи дослідження* як інструмент знаходження фактичного матеріалу – це обов'язкові елементи вступу до кваліфікаційної роботи та необхідна умова досягнення поставленої мети. Перераховувати їх треба не відірвано від змісту роботи, а коротко та змістовно визначаючи, що саме досліджувалось тим чи іншим методом. Це дасть змогу пересвідчитися в логічності та прийнятності вибору саме цих методів.

Метод – це спосіб дослідження явищ і процесів, що визначає планомірний підхід до їх наукового пізнання та вивчення з метою встановлення істини.

У науковому пізнанні виокремлюють два рівні: теоретичний та емпіричний, – та два методи наукового пізнання: загальні та спеціальні.

Загальні методи використовують у теоретичних та емпіричних дослідженнях. Вони охоплюють аналіз, синтез, індукцію, дедукцію, аналогію, абстрагування, моделювання, конкретизацію, системний аналіз. До спеціальних наукових методів відносять теоретичні та методичні прийоми наукових досліджень. Теоретичними прийомами є використання теоретичного доробку певної науки та створення нових теорій. Методами теоретичних прийомів наук є метод формалізації, аксіоматичний і гіпотетичний методи, створення теорій.

До методичних прийомів досліджень відносять спостереження, експеримент, впровадження результатів дослідження у практичну діяльність, розрахунково-аналітичні методи та методи економіко-математичного моделювання, оптимізації та специфічні методи обліку та контролю. Зокрема, такими методами можуть бути методи абстракції, переходу від абстрактного до конкретного, історичний, ретроспективний, логічний, системний, структурний, порівняльний, факторний і математично-статистичний методи, метод порівнянь, економіко-математичного моделювання, метод оптимізації, методи ідеалізації та формалізації, індукції та дедукції, балансовий, подвійного запису, вибіркового та суцільного спостереження.

*Теоретична, методологічна та фактологічна база дослідження.* Канонами обґрунтування теми кваліфікаційної роботи є формування бази дослідження: теоретичної – монографічної та навчальної літератури, публікацій у періодичних виданнях; методологічної – законів України, постанов, рішень уряду, методології пізнання; фактологічної – за якими даними та за який період проведено дослідження.

*Практичне значення одержаних результатів.* У бакалаврській роботі висвітлюють можливість практичного застосування отриманих результатів або рекомендації щодо їх використання. Це можуть бути нові рекламні чи PR-засоби, технології, форми, методи, тобто те нове, що дає виконана кваліфікаційна робота для практичної роботи підприємства із зазначенням ступеня готовності до використання або масштабів використання.

*Загальна характеристика структури й обсягу кваліфікаційної роботи.* Цю інформацію подають у такому вигляді:

*«Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.*

*У першому розділі розкрито імідж і репутацію як об'єкт наукових досліджень, поняття, суть та інформаційну складову іміджу.*

*Другий розділ присвячено аналізу практичної роботи підприємства щодо побудови позитивного іміджу компанії. А також розглянуто основні напрями покращення іміджу, запропоновано використання рекламної акції, обґрунтовано її доцільність та відмінність від впроваджених у практичну діяльність підприємства.*

*У третьому розділі подано опис інформаційного проекту – рекламної акції, спрямованої на підтримку іміджу фірми «Рудь», етапи розробки та умови його впровадження.*

*Обсяг Кваліфікаційної роботи –50 сторінок тексту. Робота містить 8 рисунків, 10 додатків. Список використаних джерел складається зі 66 найменувань».*

*Основна частина кваліфікаційної роботи складається з розділів і параграфів.*

*У кінці кожного розділу формуються висновки зі стислим викладенням наведених у розділі теоретичних і практичних результатів.*

*Перший розділ, теоретичний, складається з 2-3 параграфів. У цьому розділі варто розкрити загальнотеоретичні питання стосовно предмета дослідження, навести його загальноекономічну характеристику, визначити його роль і місце у діяльності підприємства. Автору роботи варто проаналізувати існуючі різноманітні погляди (зокрема, і власні) на ті чи інші аспекти, які ляжуть в основу розробки творчого проекту.*

*На основі вивчення наукової, навчально-методичної літератури розкриваються підходи різних авторів до розв'язання проблеми, показується, у чому полягає подібність, а у чому – відмінність їх поглядів. Теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та сучасні тенденції предмету дослідження, методичні підходи повинні мати певні елементи полемічності, ствердженої власної позиції щодо обраних методів дослідження, що дає змогу перейти в наступному розділі до конкретного аналітичного дослідження.*

*Другий, аналітичний, розділ роботи (2-3 параграфи) забезпечує логічну послідовність дослідження та є перехідним до наступного третього розділу. Він поєднує набуті теоретичні знання й уміння використовувати обрані методи та певний методичний інструментарій.*

*У другому розділі студент має навести результати ґрунтовного аналізу фактичної діяльності підприємства (установи) виключно на матеріалах його рекламної та (або) PR-діяльності. Аналіз проблеми повинен здійснюватись із урахуванням чинників позитивної та негативної дії та кореспондуватися з методологічним матеріалом, розкритим у попередньому розділі.*

*Розділ має бути максимально насичений фактичною інформацією, можна ілюструвати фактаж за допомогою таблиць, графіків, діаграм, схеми,*

конкретних інформаційних матеріалів що відображають певні аспекти діяльності об'єкта дослідження. Усі таблиці, графіки, діаграми мають супроводжуватися тлумаченням та висновками, що дозволяють визначити сутність рекламної чи PR-діяльності, що проводиться в організації, її особливості, тенденції, створити базу для виявлення невикористаних резервів.

За необхідності текст варто ілюструвати реальними документами, фотографіями, зразками реклам тощо (які наводяться в додатках).

Для виконання другого розділу студент має зібрати фактичні дані на підприємстві під час проходження переддипломної практики. Джерелом інформації є показники рекламної та PR-діяльності, звітність, результати спостережень, опитувань, обстежень та інших методів збирання первинної інформації, що використовує студент під час практики. Особливе значення має правильне узагальнення накопиченого фактичного матеріалу, групування й обробка даних, на основі яких проводиться кваліфікований аналіз, обґрунтовуються пропозиції щодо створення творчого інформаційного проєкту для впровадження у практичну діяльність підприємства.

Завданням *третього, творчого, розділу* (2–3 параграфи) є розробка конкретного рекламного чи PR-проєкту (продукту, акції, кампанії), опис його специфікації, технічних характеристик, етапи роботи над його створенням, рекомендацій і пропозицій щодо його впровадження, обґрунтування можливостей його реалізації, оцінка ризиків та ефективності.

Назва третього розділу може формулюватися як «Розробка іміджевої реклами для... (об'єкт дослідження)» або «Проєкт PR-кампанії для... (об'єкт дослідження)», або «Телереклама для... (об'єкт дослідження)».

*Висновки*, що наводяться в окремому розділі кваліфікаційної роботи, є стислим і лаконічним викладенням підсумків проведеного дослідження. Вони мають бути відповіддю на поставлені у вступі завдання дослідження. Саме у висновках коротко наводяться найбільш важливі теоретичні положення, що містять формулювання розв'язаної проблеми, практичні результати роботи та оцінка результатів дослідження з точки зору відповідності меті кваліфікаційної роботи та поставленим у вступі завданням.

Одним з критеріїв оцінки якісного рівня дослідження є кількість, глибина та значимість пропозицій автора.

*Список використаних джерел* містить перелік джерел наукової, навчально-методичної, статистичної, довідкової й іншої інформації, на які є посилання в роботі або які використовувались під час дослідження.

*Додатки* повинні містити сам інформаційний проєкт (роздрукований або на електронному носії), ілюстративні матеріали, що ілюструють практичну діяльність підприємства та рекламні чи PR-матеріали, розроблені автором самостійно, які мають значення для кваліфікаційної роботи.



У додатки також можуть вноситися таблиці великого формату (понад одну сторінку), блок-схеми, зразки форм таблиць, медіа плани тощо.

Обсяг додатків не повинен перевищувати обсяг кваліфікаційної роботи.

## **4. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

### **4.1 Загальні принципи оформлення кваліфікаційної роботи**

Як правило, кваліфікаційна робота спочатку виконується у чорновому варіанті. Лише після узгодження з науковим керівником дискусійних і сумнівних моментів, урахування зауважень, усунення недоліків і удосконалення структури викладу матеріалу приступають до чистового варіанту. Чистовий варіант Кваліфікаційної роботи потрібно (після рекомендації до захисту кафедральною комісією з попереднього захисту) акуратно підшити у книгу. На останній сторінці роботи автор ставить дату закінчення роботи й особистий підпис.

Кваліфікаційна робота виконується лише державною (українською) мовою.

Кваліфікаційна робота виконується на стандартному папері формату А4 (210x297мм) білого кольору до тридцяти рядків на сторінці. При наборі використовують шрифт Times New Roman №14 з міжрядковим інтервалом 1,5.

Текст необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів: ліве – 25 мм, праве – 10 мм, верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм. Абзацний відступ – 1,25 см.

Обсяг основного тексту Кваліфікаційної роботи повинен становити не менше 44 та не більше 65 сторінок.

Кількість використаних джерел у кваліфікаційній роботі повинна складати 25-30 найменувань.

У викладі матеріалу важливо дотримуватись принципу пропорційності, що полягає у дотриманні пропорцій між обсягами окремих частин роботи. При цьому на вступ відводиться 3–4 сторінки, на перший розділ – не більше 20-25 % загального обсягу кваліфікаційної роботи, на другий розділ – 20–25 % загального обсягу кваліфікаційної роботи, на третій розділ – до 40-45 % загального обсягу кваліфікаційної роботи, на висновки – 4–5 сторінок.

Заголовки структурних частин Кваліфікаційної роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» (14 шрифт, жирний) друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки параграфів друкують маленькими літерами з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовків не ставлять. Відстань між заголовком і текстом – не менше 2 рядків, а між заголовком параграфу і текстом – один рядок.

Усі сторінки кваліфікаційної роботи повинні бути пронумеровані арабськими цифрами без знака № в правому верхньому куті.

Першою сторінкою кваліфікаційної роботи є титульний аркуш (*додаток 3*), який включають до загальної нумерації сторінок. На ньому номер сторінки не ставлять.

На другій сторінці розміщують завдання на дипломну роботу, яке, однак, не входить до загальної нумерації сторінок.

На третій сторінці розміщують зміст кваліфікаційної роботи (зразком може слугувати зміст, наведений у *додатку Г*). Зверху потрібно написати: ЗМІСТ. Ця сторінка вважається другою у загальній нумерації сторінок роботи, однак, номер на ній не проставляється.

З наступної сторінки, яка нумерується цифрою «3» розпочинається нумерація та виклад тексту роботи. Кожний розділ пишуть із нової сторінки й обов'язково вказують його найменування. Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», потім з нового рядка друкують заголовок розділу.

Параграфи нумерують у межах кожного розділу. Номер параграфу складається з номера розділу та порядкового номера параграфу, між якими ставлять крапку. У кінці номера параграфу крапку не ставлять, наприклад: «2.1» (перший параграф другого розділу). Далі у тому ж рядку друкується заголовок параграфу (*додаток Д*).

Усі аркуші, на яких розміщені такі структурні частини Кваліфікаційної роботи як зміст, вступ, висновки, список використаних джерел, додатки нумерують звичайним чином. Не нумерують лише їх заголовки, тобто не можна друкувати «1. ВСТУП» або «4. ВИСНОВКИ».

## **4.2 Оформлення таблиць та ілюстрацій**

Кваліфікаційна робота може бути допущена як до попереднього захисту на кафедрі, так і до захисту в ДЕКу лише за умови її високого аналітичного й ілюстративного рівня. Для аналізу необхідно використовувати таблиці та ілюстрації: схеми, графіки, діаграми тощо.

Цифровий матеріал, як правило, оформляють у вигляді таблиць. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею симетрично до тексту. Назву та слово «Таблиця» починають із великої літери. Назву вказують жирним шрифтом і не підкреслюють.

Заголовки граф мають починатися з великих літер, а підзаголовки – з маленьких (якщо вони складають одне речення зі заголовком) і з великих (якщо вони є самостійними).

Таблиці нумерують послідовно в межах розділу. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис курсивом «Таблиця» зі зазначенням номера. Номер таблиці має складатися з номера розділу та порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: «Таблиця 2.5» (п'ята таблиця другого розділу).

При переносі частини таблиці на інший аркуш слово «Таблиця» та її номер вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть «Продовження табл.» і вказують номер таблиці, наприклад: «Продовження табл. 2.5». Таблицю з великою кількістю граф можна ділити на частини та розмішувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки.

Примітки до таблиць (як і до тексту), у яких вказують довідкові та пояснювальні дані, нумерують послідовно в межах однієї сторінки.

Якщо на одному аркуші є одна примітка, то її не нумерують і після слова «Примітка» ставлять крапку.

Якщо приміток на одному аркуші є кілька, то після слова «Примітки» ставлять двокрапку, наприклад:

Примітки:

1. ...
2. ...

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу (за винятком ілюстрацій, поданих у додатках).

Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу та порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад, «Рис. 1.1» (перший рисунок першого розділу). Номер ілюстрації, її назва та пояснювальні підписи розмішують послідовно під ілюстрацією. Якщо у роботі подано ілюстрацію, то її нумерують за загальними правилами.

Посилання на таблиці та ілюстрації не варто оформляти як самостійні фрази, у яких лише повторюється те, що міститься у підписі. У тому місці, де викладається матеріал, пов'язаний із таблицею чи ілюстрацією, на якому необхідно зосередити увагу читача, розмішують посилання у вигляді виразу в круглих дужках «(табл. 2.5)» або зворот типу: «... як це видно з рис. 1.1».

У повторних посиланнях на таблиці й ілюстрації пишуть скорочено слово «дивись», наприклад «(див. табл. 3.2)». При цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено.

### **4.3 Посилання на використані джерела**

Під час написання кваліфікаційної роботи студент повинен робити посилання на використані літературні джерела. Посилання робляться тоді, коли в тексті використовують цитати чи вислови, передається своїми словами думка того чи іншого автора, наводяться цифри та факти, використовуються таблиці або ілюстрації з певного джерела тощо. Вони дають необхідну інформацію щодо прочитованого матеріалу, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, а також дають змогу відшукати документи та

перевірити їх достовірність. Посилатися варто лише на останнє видання використаного джерела.

Загальні вимоги до цитування:

- текст цитати береться в лапки та наводиться дослівно;
- цитування має бути повним (у випадку пропуску слів у цитаті ставлять три крапки), без перекручень думок автора;
- кожна цитата повинна мати посилання на джерело;
- при непрямому цитуванні варто також посилатись на джерело, а думка автора повинна передаватись максимально точно.

Посилання в тексті кваліфікаційної роботи роблять згідно їх переліку у квадратних дужках, наприклад, [2, с. 25], де перша цифра – номер джерела у списку використаних джерел, друга – сторінка, з якої взята цитата. Якщо посилання робиться лише на джерело (без використання цитати), то у квадратних дужках вказується лише одна цифра, що відображає порядковий номер джерела у списку використаних джерел, наприклад, [25].

Посилаючись на джерело, варто мати на увазі, що кількість посилань має бути оптимальною, тобто не надто надмірною чи мізерною. Загальний обсяг огляду літератури не повинен перевищувати 20 % обсягу основної частини кваліфікаційної роботи. Не рекомендується робити більше 3 посилань на сторінку, а також посилатися на одне джерело більше п'яти разів.

#### **4.4 Формування списку використаних джерел**

Список використаних джерел розміщують після висновків. У ньому наводяться лише ті джерела, які дійсно використовувалися автором при написанні кваліфікаційної роботи. Список використаних джерел варто оформлювати згідно вимог ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Бібліографічний запис, бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання» (*додаток Л*).

Список використаних джерел формується одним із таких способів:

- у порядку появи посилань у тексті;
- в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків.

Зразок формування списку використаних джерел наведено в *додатку М*.

Варто наголосити, що назва джерел подається тією мовою, якою вони видані. Не потрібно перекладати їх на українську мову.

#### **4.5 Оформлення додатків**

Додатки оформлюють як продовження кваліфікаційної роботи на наступних її сторінках, розміщуючи в порядку появи посилань у тексті кваліфікаційної роботи. Якщо додатки оформлюють як продовження, то

кожен із них починають з нової сторінки, їм дають заголовки, надруковані угорі малими літерами з першої великої симетрично тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток» і велика літера, що позначає додаток. Додатки варто позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер І, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ї. Наприклад: «Додаток Б».

Текст кожного додатка за потреби може бути поділений на розділи та підрозділи, пронумеровані у межах кожного додатка: перед кожним номером ставлять позначення додатка (літеру) та крапку, наприклад, «А.2» – другий розділ додатка А; «В.3.1» – підрозділ 3.1 додатка В.

Ілюстрації, таблиці, текстові матеріали, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: «рис. Д. 1.2» – другий рисунок першого розділу додатка Д); «табл. А. 1» – перша таблиця додатка А.

## 5. ТИПОВІ ПОМИЛКИ ТА НЕДОЛІКИ ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Під час написання, підготовки й оформлення кваліфікаційних робіт часто зустрічаються помилки такого характеру:

— некоректність формулювання теми кваліфікаційної роботи. Її назва не відповідає предмету дослідження та його меті: є значно ширшою чи вузкою та недостатньо відображає зміст роботи;

— кваліфікаційна робота без визначеного плану. У процесі дослідження зміст роботи може деякою мірою коригуватися, і це природно. Проте писати, не маючи мети та завдань, які треба вирішити, послідовності дій, – вірний шлях до неуспішної роботи. Наслідком цього є намагання радикально змінити напрям дослідження в процесі його проведення. При цьому виникає ризик знову потрапити в аналогічну ситуацію під час роботи над новим, начебто більш привабливим напрямом, якщо план заздалегідь не буде опрацьований, а часу залишилося обмаль;

— відсутність чи невміння користуватися широким спектром методів досліджень і підготовки рішень. Методи дослідження перераховуються відірвано від змісту роботи, а не вказується коротко і змістовно, що саме досліджувалось тим чи іншим методом;

— нелогічна штучна структура кваліфікаційної роботи, що не обґрунтована поставленими завданнями, не розкриває цілком проблематику, пропускає її істотні аспекти або, навпаки, перевантажена дрібними параграфами, у яких розглянуті несуттєві аспекти проблеми;

— відсутність логічного взаємозв'язку та взаємообумовленості між основними розділами кваліфікаційної роботи. Немає сенсу робити аналіз чи якісь дослідження, вивчати досвід, якщо подальший творчий проект не буде їх враховувати;

— реферативний характер кваліфікаційної роботи. Недостатньо добросовісно переписати те, що хтось вже писав, досліджував, аналізував із певного приводу, викласти чужий досвід, скопіювати чужу творчу роботу і на цьому завершити роботу. Очевидною буде відсутність власного творчого внеску, що обов'язково виявиться у висновках і під час захисту роботи;

— нечіткість висновків, коли неможливо зрозуміти, що автор хотів дослідити, яку творчу ідею і для якої конкретно мети намагався реалізувати, і декларативний характер висновків, коли комусь даються безадресні поради загального характеру, як-то «поліпшити» й «удосконалити». Необхідно відповідати не лише на запитання «що варто робити», але і «як це потрібно зробити», а основне – «що зроблено студентом»;

— кінцевий результат не відповідає меті роботи, а висновки –

поставленим завданням;

— список використаних джерел складено довільно, він не відповідає діючим стандартам із бібліотечної та видавничої справи;

— наявність граматичних, орфографічних і стилістичних помилок, «русизмів», складних мовних зворотів, недосконала редакція тексту, що ускладнює сприйняття змісту кваліфікаційної роботи;

— вживання багатьох важкозрозумілих слів іноземного походження. За можливості їх варто замінити словами-еквівалентами, тобто такими, що передають суть українською мовою. Якщо виникає потреба звернутися до іноземної літератури, то доцільно у тексті детально переказати її зміст своїми словами без дослівного цитування та зробити посилання.

— недостатня чи, навпаки, перебільшена кількість використаних літературних джерел, їх слабкий зв'язок із досліджуваною проблемою, застарілість літератури та відсутність актуальних публікацій. Порушення правил оформлення бібліографії та посилань на використані джерела.

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови дається тлумачення таких явищ, як компіляція та плагіат, зокрема:

— *компіляція* – писання твору, наукової праці на підставі чужих матеріалів без самостійного дослідження й опрацювання джерел;

— *плагіат* – привласнення авторства на чужий твір науки, літератури, мистецтва або на чуже відкриття, винахід чи раціоналізаторську пропозицію, а також використання у своїх працях чужого твору без посилання на автора.

Причини плагіату багатопланові. Найчастіше плагіат є наслідком низької ерудиції студента. Для уникнення плагіату автору доцільно дотримуватися таких правил:

— завжди застосовувати посилання на результати досліджень інших авторів і своїх співавторів, якщо вони використовуються в дослідженні;

— завжди перевіряти результати власних досліджень на самостійність і пріоритетність;

— пропускати проведені дослідження через глибинну експертизу фахівців, зокрема через систему відгуків на дипломну роботу;

— брати активну участь у студентських наукових комунікаціях.

— Самостійно творчо розвиватися.

У разі виявлення плагіату, бакалаврські роботи до перевірки не приймаються і кафедрою до захисту не допускаються.



## 6. ПІДГОТОВКА ДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи містить такі складові:

- прочитання автором чистового варіанту кваліфікаційної роботи в повному обсязі й усунення можливих технічних і редакційних помилок;
- підписання кваліфікаційної роботи автором на останній сторінці її текстової частини;
- подання кваліфікаційної роботи після її завершення науковому керівнику для одержання письмового відгуку;
- подання роботи на ознайомлення керівництву об'єкта дослідження, одержання зовнішньої рецензії (*додаток Ж*).
- формування ілюстративного матеріалу до кваліфікаційної роботи про основні результати виконаного дослідження;
- проходження попереднього захисту на кафедрі й одержання допуску до публічного захисту на засіданні ДЕКУ.

На захист вноситься творчий інформаційний проект, який подається за допомогою ілюстративних матеріалів. Захист творчого проекту також повинен містити обґрунтування доцільності його розробки, можливості впровадження, аналіз ризиків, ефективності, а також теоретичні основи, які стали базою для практичного втілення.

Ілюстративний матеріал, залежно, від творчого проекту може готуватись у вигляді:

- 1) роздаткового матеріалу;
- 2) плакатів;
- 3) слайдів;
- 4) відео- чи аудіо презентації тощо

Зміст роздаткового матеріалу обговорюється та погоджується з науковим керівником, виготовляється та підшивається у папки, кількість яких відповідає кількості членів ДЕКУ плюс один – для автора. До кожної папки з роздатковим матеріалом додається титульний аркуш (*додаток К*).

Попередній захист кваліфікаційної роботи відбувається на кафедрі відповідно до затверджених графіків і складу комісій із числа професорсько-викладацького складу кафедри. На розгляд комісії з попереднього захисту студенту особисто необхідно подати кваліфікаційну роботу в завершеному чистовому варіанті (не переплетену), роздатковий матеріал, власне інформаційний продукт чи розробку акції у роздрукованому вигляді або на електронному носії, відгук наукового керівника та рецензію з об'єкта дослідження. За результатами попереднього захисту кваліфікаційної роботи

комісія в протоколі попереднього захисту робить запис «до захисту» або «на доопрацювання».

Кваліфікаційна робота, що рекомендована до захисту, підшивається.

До кожного екземпляру кваліфікаційної роботи додається CD-диск з записом електронної копії роботи.

- кваліфікаційна робота має бути перевірена на плагіат згідно «Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в Приватному вищому навчальному закладі Івано-Франківському університеті права імені Короля Данила Галицького» (додається);

- для оприлюднення, публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційної (дипломної) роботи та запобігання академічному плагіату реферат кваліфікаційної роботи має бути розміщений на web-сайті університету або відповідного структурного підрозділу.



## 7. ЗАХИСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Порядок захисту кваліфікаційних робіт визначено «Положенням про державні екзаменаційні комісії».

Дати захисту визначаються графіком засідань ДЕКів, затвердженим ректором університету, та доводяться до відома кафедри, голови, членів ДЕКів і випускників.

Процедура захисту Кваліфікаційної роботи складається з:

— представлення головою ДЕКу або його заступником Кваліфікаційної роботи, що виноситься на захист, ознайомлення зі змістом супровідних документів;

— доповідь автора (до 10 хв.);

— відповіді автора на запитання голови, членів ДЕКу та присутніх на захисті.

У доповіді автора бакалаврської роботи необхідно розкрити актуальність теми, мету роботи, об'єкт і предмет дослідження, практичну цінність кваліфікаційної роботи, показати і обґрунтувати конкретний рекламний чи PR-проект. При цьому важливо ілюструвати, підкріплювати твердження автора, посилаючись на роздатковий матеріал, плакати або слайди.

Під час захисту ведеться протокол засідання ДЕКу. Після закінчення захисту на закритому засіданні ДЕКу обговорюються підсумки, виносяться рішення щодо оцінки знань, результатів виконаних Кваліфікаційних робіт і щодо присвоєння кваліфікації. Рішення ДЕКу оголошується їх головою у той же день. У випадку, коли випускник не згідний з оголошеною оцінкою, він має право на апеляцію, яка подається в ДЕК у день захисту.

Після захисту дипломні роботи передаються кафедрою на зберігання в архів.

Випускники, які виконали навчальний план, але не захистили дипломні роботи, та випускники, які одержали незадовільні оцінки за результатами захисту в ДЕКу, відраховуються з університету без видачі диплому бакалавра з отриманням академічної довідки. Кваліфікаційна робота може бути повторно захищена протягом наступних трьох років з попереднім поновленням її автора в університеті.

## 8. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Якість виконання й успішність захисту кваліфікаційної роботи оцінюються за такою схемою:

Оформлення роботи	Зміст роботи	Захист роботи	Сума
10 балів	50 балів	40 балів	100

Кожний блок оцінюється окремо та сумується для виведення підсумкової оцінки. Критерії оцінювання кожного окремого блоку визначаються на основі критеріїв оцінювання знань студентів під час виконання та захисту Кваліфікаційної роботи для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст за розподілом:

	<b>1. Текст Кваліфікаційної роботи</b>	<b>60 балів</b>
<b>1.1</b>	<b><i>Загальні вимоги до тексту Кваліфікаційної роботи:</i></b>	<b><i>10 балів</i></b>
1.1.1	Наявність і чіткість формування мети та завдання кваліфікаційної роботи, обґрунтованість актуальності теми, практичної значущості, стану наукових досліджень і публікацій, повнота та відповідність висновків змісту кваліфікаційної роботи.	2
1.1.2	Відповідність логічної побудови роботи назві теми, а також поставленим цілям і завданням, пропорційність структури роботи.	2
1.1.3	Правильність оформлення списку використаних джерел (порядок розміщення, повнота, сучасність, відсутність помилок).	2
1.1.4	Наявність і якість ілюстративних матеріалів (рисуноків, схем, діаграм, графіків, таблиць, текстових матеріалів) у тексті роботи чи у Додатках та відповідність їх оформлення встановленим критеріям (вимогам).	2
1.1.5	Правильність оформлення кваліфікаційної роботи (нумерація сторінок, оформлення титульного аркуша, дотримання вимог до розміру полів, шрифту, міжрядкового інтервалу й інше), відсутність редакційних помилок.	2
<b>1.2</b>	<b><i>Вимоги до змісту кваліфікаційної роботи:</i></b>	<b><i>50 балів</i></b>
1.2.1	Якість і глибина теоретико-методологічного аналізу проблеми. Наявність і якість критичного огляду	5

	літературних джерел. Наявність наукової полеміки. Етика цитування (наявність посилань на літературні джерела). Самостійність суджень і викладу матеріалу (наявність сформульованої власної думки автора кваліфікаційної роботи).	
1.2.2	Наявність, системність і глибина аналізу сучасних фактичних матеріалів організації, наявність і переконливість узагальнень і висновків з аналізу, виявлення проблем і недоліків у рекламній чи PR-діяльності організації за темою кваліфікаційної роботи.	10
1.2.3	Якість творчої розробки проекту. Логічний зв'язок її з проведеним у роботі аналізом фактичних матеріалів, новизна проекту, актуальність і реальність до впровадження. Наявність опису умов впровадження, ризиків, ефективності.	30
1.2.4	Наявність практичної реалізації проекту чи його частини, що підтверджується відповідними матеріалами (посиланням на електронні носії, записи, друковані матеріали тощо)	5
	<b>2. Захист Кваліфікаційної роботи (доповідь)</b>	<b>40 Балів</b>
2.1.	Володіння культурою презентації (вільне володіння текстом доповіді, наявність у структурі доповіді всіх належних елементів: вітання, представлення, обґрунтування актуальності, мети, завдань кваліфікаційної роботи, представлення власного проекту і вміння обґрунтувати його доцільність, практичну цінність.	10
2.2.	Уміння стисло (в межах регламенту), послідовно та чітко викласти сутність і результати проекту.	5
2.3.	Повнота та ґрунтовність відповідей на запитання членів комісії, на зауваження та пропозиції, що містяться у зовнішній рецензії та відгуку наукового керівника, здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки та погляди.	20
2.4.	Наявність і якість роздаткового матеріалу чи слайдів презентації для захисту кваліфікаційної роботи (додаткові ілюстративні матеріали, медіа плани, тактичні та оперативні рішення тощо, сам проект чи продукт).	5

Таким чином, якість виконання (оформлення та зміст) кваліфікаційної роботи оцінюється в діапазоні від 0 до 60 балів, а результати захисту – від 0 до 40 балів.

Загальна підсумкова оцінка під час захисту кваліфікаційної роботи складається з суми балів, отриманих за якість виконання кваліфікаційної роботи, та кількості балів, отриманих при захисті.

До відомості захисту Кваліфікаційної роботи в ДЕКУ заносяться сумарні результати в балах, отримані при попередньому ознайомленні та при захисті кваліфікаційної роботи за стобальною шкалою, з наступним переведенням балів до національної шкали та шкали ECTS, яке здійснюється в такому порядку:

#### **Шкала оцінювання знань студентів за ECTS**

<b>Шкала в балах</b>	<b>Національна шкала</b>	<b>Шкала ECTS</b>
90-100 балів	5 «відмінно»	A
80-89 балів	4 «дуже добре»	B
65-79 балів	4 «добре»	C
55-64 бали	3 «задовільно»	D
50-54 бали	3 «достатньо»	E
35-49 балів	2 «незадовільно»	FX
1-34 бали	2 «неприйнятно»	F

#### **Критерії оцінювання знань студентів**

**Оцінка «відмінно».** Робота є бездоганною у всіх відношеннях. Відповідь студента базується на рівні самостійного мислення з елементами творчого підходу. Творчий проект є самостійним, бездоганим, має практичну цінність. Студент вільно володіє матеріалом обраної теми, оперує спеціальними термінами, використовує та дає критичну оцінку широкого кола наукової літератури, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, використовує сучасні теорії та методи наукових досліджень, вміло поєднує теоретичні надбання з практикою, його доповідь стисла, логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання правильні та стислі.

**Оцінка «дуже добре».** Робота є бездоганною у всіх відношеннях. Відповідь будується на рівні самостійного мислення. Творчий проект є самостійним, має практичну цінність, однак має незначні неточності. Студент вільно володіє матеріалом обраної теми, оперує спеціальними термінами, використовує та дає критичну оцінку широкого кола наукової літератури, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, використовує сучасні теорії та методи наукових досліджень, вміло поєднує теоретичні надбання з практикою. Його доповідь стисла, логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання в межах обраної теми правильні та стислі. Можливі несуттєві труднощі у відповідях на деякі неосновні питання під час захисту кваліфікаційної роботи.

**Оцінка «добре»** виставляється за ґрунтовно виконану роботу, сумлінну підготовку до захисту й умілий виклад матеріалу та знань. Творчий

проект є самостійним, має практичну цінність, однак має неточності та деякі зауваження щодо розробки чи впровадження. Під час написання кваліфікаційної роботи студент використав достатню кількість літературних джерел, його доповідь логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання здебільшого правильні та стислі, будуються на рівні самостійного мислення. Однак на захисті студент допускає певні неточності в трактуванні окремих проблем.

**Оцінка «задовільно»** виставляється, якщо студент орієнтується в даній темі, але не може без сторонньої допомоги зробити висновки, пов'язати теоретичні узагальнення з практикою, відчуває значні труднощі в стислом та логічному викладі проблем, не всі його відповіді на запитання правильні або повні. Творчий проект має практичну цінність для підприємства, однак містить суттєві зауваження щодо розробки та впровадження.

**Оцінка «достатньо».** Знання загальних положень, часткове досягнення мети та виконання завдань кваліфікаційної роботи в межах обраної теми. Студент не знає значної частини матеріалу, допускає суттєві помилки. Творчий проект не має практичної цінності для підприємства або виконаний без дотримання будь-яких принципів.

**Оцінка «незадовільно»** виставляється у випадку, коли студент, навіть маючи непоганий письмовий варіант роботи, не орієнтується в питаннях теми, не володіє необхідними поняттями, не опанував мінімум наукової літератури, не володіє матеріалом обраної теми кваліфікаційної роботи, аналіз виконано поверхнево, робота носить описовий характер, є суттєві недоліки в оформленні роботи, відповіді на запитання членів ДЕКУ неточні, неповні або відсутні.

**Оцінка «неприйнятно»** ставиться в інших випадках, коли студент не обрав теми, не виконав і не захистив кваліфікаційної роботи.

## ДОДАТКИ

Додаток А

### Бланк заяви студента

Завідувачу кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю  
Університету Короля Данила

---

студента (-ки) IV курсу  
гуманітарного факультету \_\_\_\_\_ форми навчання  
освітнього ступеня бакалавр  
Напрямок підготовки: 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю»

---

### ЗАЯВА

Прошу закріпити за мною тему кваліфікаційної роботи:

---

---

---

Об'єкт дослідження (для студентів денної форми навчання – база практики):

---

---

---

(повна назва підприємства (установи, організації) та його місцезнаходження)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

\_\_\_\_\_

(підпис)

Протокол засідання кафедри № \_\_\_\_\_  
від « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Науковим керівником призначено

---



**Зразок плану кваліфікаційної роботи**

**ТЕМА: «ПРОЕКТ ІМІДЖЕВОЇ РЕКЛАМИ ДЛЯ ЖИТОМИРСЬКОГО  
МАСЛОЗАВОДУ «РУДЬ»»**

**ПЛАН**

**ВСТУП**

**РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ  
ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ**

- 1.1 Теоретико-методологічні засади дослідження іміджу і репутації
- 1.2 Поняття, суть і інформаційна складова іміджу компанії
- 1.3 Репутація компанії в сучасному світі

**РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ  
МАСЛОЗАВОДУ «РУДЬ» ЗІ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ**

- 2.1 Діяльність компанії «Рудь» як приклад формування іміджу сучасного підприємства
- 2.2 Благодійність та свята компанії, як елемент у формуванні позитивної репутації
- 2.3 Напрями з розвитку іміджевої реклами підприємства

**РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІМІДЖЕВОЇ РЕКЛАМИ ДЛЯ  
ЖИТОМИРСЬКОГО МАСЛОЗАВОДУ «РУДЬ» І МОЖЛИВОСТІ ЇЇ  
ВПРОВАДЖЕННЯ**

- 3.1 Специфікація рекламного продукту
- 3.2 Етапи розробки
- 3.3 Умови впровадження

**ВИСНОВКИ  
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ  
ДОДАТКИ**

Бланк завдання на дипломну роботу

**Приватний вищий навчальний заклад  
УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА**

Факультет: гуманітарний  
Кафедра: журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Освітній ступінь: бакалавр  
Напрямок підготовки: 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Завідувач кафедри

«\_\_»\_20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я  
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи

\_\_\_\_\_ керівник роботи

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора Університету Короля Данила від «\_\_»  
\_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_\_

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

5. Перелік графічного матеріалу \_\_\_\_\_

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів Кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначення тематики, уточнення плану роботи, оформлення та затвердження завдання.		
2.	Опрацювання літературних джерел, нормативних документів, збір і обробка статистичних, звітних даних, проведення розрахунків та аналізу.		
3.	Написання розділу 1 (вказати назву)		
4.	Написання розділу 2 (вказати назву)		
5.	Написання розділу 3 (вказати назву)		
6.	Підготовка висновків		
7.	Написання вступу		
8.	Попередній захист		
9.	Повне, остаточне оформлення та подання Кваліфікаційної роботи на кафедру, її реєстрація		

Студент \_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_ (прізвище й ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_

(підпис)

\_\_\_\_\_ (прізвище й ініціали)

## Зразок оформлення змісту Кваліфікаційної роботи

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ.....</b>	<b>6</b>
1.1 Теоретико-методологічні засади дослідження іміджу і репутації	6
1.2 Поняття, суть і інформаційна складова іміджу компанії.....	6
1.3 Репутація компанії в сучасному світі.....	10
<b>РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ МАСЛОЗАВОДУ «РУДЬ» ЗІ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ.....</b>	<b>15</b>
2.1 Діяльність компанії «Рудь» як приклад формування іміджу сучасного підприємства.....	20
2.2 Благодійність та свята компанії, як елемент у формуванні позитивної репутації.....	25
2.3 Напрями з розвитку іміджевої реклами підприємства.....	27
<b>РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІМІДЖЕВОЇ РЕКЛАМИ ДЛЯ ЖИТОМИРСЬКОГО МАСЛОЗАВОДУ «РУДЬ» І МОЖЛИВОСТІ ЇЇ ВПРОВАДЖЕННЯ.....</b>	<b>30</b>
3.1 Специфікація рекламного продукту.....	36
3.2 Етапи розробки.....	40
3.3 Умови впровадження.....	45
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>51</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>53</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>55</b>

## **РОЗДІЛ 2**

### **ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ МАСЛОЗАВОДУ «РУДЬ» ЗІ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ**

#### **2.1 Діяльність компанії «Рудь» як приклад формування іміджу сучасного підприємства**

Звідси починається основний текст. Відступ між назвою параграфа і текстом 1 рядок. Між заголовком розділу і параграфа - 1 рядок.

#### **ВСТУП**

Звідси починається основний текст. Відстань між заголовком розділів, вступу, висновків і текстом - 2 рядки.

**Бланк відгуку наукового керівника**

**Приватний вищий навчальний заклад  
УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА**

**Гуманітарний факультет**

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

**ВІДГУК**

на дипломну роботу

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

студента (-ки) гуманітарного факультету

напряму підготовки: 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю»

---

(прізвище, ім'я, по-батькові)

на тему:

« \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_»

**Актуальність теми:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Самостійні розробки та пропозиції автора:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Практичне значення роботи

---

---

---

---

---

---

---

## Зауваження:

---

---

---

---

---

---

---

## Загальний висновок:

---

---

---

---

---

---

---

---

## Науковий керівник:

\_\_\_\_\_ (прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання,  
посада)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Бланк зовнішньої рецензії

**РЕЦЕНЗИЯ**  
на дипломну роботу  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
студента (-ки) гуманітарного факультету  
напряму підготовки: 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю»

\_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по-батькові)

на тему:

« \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_»

**Актуальність теми дослідження:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Найбільш суттєві висновки та  
рекомендації:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Наявність самостійних розробок  
автора:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



---

---

**Практична цінність розроблених питань:**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Наявність недоліків:**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Загальний висновок про відповідність якості роботи освітньо-кваліфікаційному рівню й оцінка, що пропонується:**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Рецензент:**

---

(посада, місце роботи, науковий ступінь, вчене звання)

**М.П.**

---

(прізвище, ім'я, по-батькові)

---

(підпис)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**Зразок титульного аркуша Кваліфікаційної роботи**

**Приватний вищий навчальний заклад  
УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА**

**Гуманітарний факультет**

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

**Кваліфікаційна робота  
на здобуття освітнього ступеня «бакалавр»**

на тему: **«ПРОЕКТ ІМІДЖЕВОЇ РЕКЛАМИ ДЛЯ ЖИТОМИРСЬКОГО  
МАСЛОЗАВОДУ «РУДЬ»)**

Виконала: студентка IУ  
курсу, групи Рс-2014  
Напряму підготовки:  
6.030302 «Реклама та  
зв'язки з громадськістю»  
КУЛІШ Марія Дмитрівна  
Керівник: СИДОРЕНКО  
Петро Іванович,  
кандидат економічних наук,  
доцент,  
доцент кафедри  
журналістики, реклами та  
зв'язків з громадськістю  
Рецензент: КУПЧЕНКО  
Василь Васильович

Івано-Франківськ, 2018

Додаток К

**Зразок титульного аркуша ілюстративного матеріалу  
до кваліфікаційної роботи**

**Приватний вищий навчальний заклад  
УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА**

**Гуманітарний факультет**

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

**Напрямок підготовки: 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю»**

**КУЛІШ Марія Дмитрівна**

**«ПРОЕКТ ІМІДЖЕВОЇ РЕКЛАМИ ДЛЯ ЖИТОМИРСЬКОГО  
МАСЛОЗАВОДУ «РУДЬ»)**

**Ілюстративний матеріал до Кваліфікаційної роботи на здобуття  
освітнього ступеня «бакалавр»**

Науковий керівник:  
СИДОРЕНКО Петро Іванович,  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри журналістики, реклами  
та зв'язків з громадськістю

Івано-Франківськ, 2018 рік

**Приклади оформлення бібліографічного опису  
у списку використаних джерел**

<b>Характеристика Джерела</b>	<b>Приклад оформлення</b>
<b>Книги: Один автор</b>	<p>Василій Великий. Гомілії [Текст] / Василій Великий ; [пер. з давньогрец. Л. Звонська]. — Львів : Свічадо, 2006. — 307 с. — (Джерела християнського Сходу. Золотий вік патристики IV—V ст. ; № 14).</p> <p>Коренівський Д. Г. Дестабілізуючий ефект параметричного білого шуму в неперервних та дискретних динамічних системах [Текст] / Коренівський Д. Г. — К. : Ін-т математики, 2006. — 111 с. — (Математика та її застосування) (Праці / Ін-т математики НАН України ; т. 59).</p>
<b>Два автори</b>	<p>Матяш І. Б. Діяльність Надзвичайної дипломатичної місії УНР в Угорщині: історія, спогади, арх. док. [Текст] / І. Матяш, Ю. Мушка. — К. : Києво-Могилян. акад., 2005. — 397, [1] с. — (Бібліотека наукового щорічника "Україна дипломатична" ; вип. 1).</p> <p>Суберляк О. В. Технологія переробки полімерних та композиційних матеріалів [Текст] : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. В. Суберляк, П. І. Баштанник. — Львів : Растр-7, 2007. — 375 с.</p>
<b>Три автори</b>	<p>Акофф Р. Л. Идеализированное проектирование: как предотвратить завтрашний кризис сегодня. Создание будущего организации [Текст] / Акофф Р. Л., Магидсон Д., Эддисон Г. Д. ; пер. с англ. Ф. П. Тарасенко. — Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. — XLIII, 265 с.</p>
<b>Чотири автори</b>	<p>Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва [Текст] / [Вівілький В. В., Кисляченко М. Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А.]. — К. : НДІ "Укראгропромпродуктивність", 2006. — 106 с. — (Бібліотека спеціаліста АПК. Економічні нормативи).</p>

<b>П'ять і більше авторів</b>	Психологія менеджмента [Текст] / [Власов П.К., Липницький А.В., Луцихина И. М. и др.] ; под ред. Г. С. Никифорова. — [3-е изд.].— Х. : Гуманитар. центр, 2007. — 510 с.
<b>Без автора</b>	Історія Свято-Михайлівського Золотоверхого монастиря [Текст] / [авт. тексту В. Клос]. — К. : Грані-Т, 2007. — 119 с. — (Грані світу).
<b>Багатотомний документ</b>	Історія Національної академії наук України, 1941—1945 [Текст] / [упоряд. Л. М. Яременко та ін.]. — К. : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2007 — . — (Джерела з історії науки в Україні). Ч. 2: Додатки — 2007. — 573, [1] с.
<b>Матеріали конференцій, з'їздів</b>	Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу [Текст] : матеріали Всеукр. конф. Молодих учених-аграрників ["Молодь України і аграрна реформа"], (Харків, 11—13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. — Х. : Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. — 167 с.
<b>Депоновані наукові праці</b>	Социологическое исследование малых групп населения [Текст] / В. И. Иванов [и др.]; М-во образования Рос. Федерации, Финансовая академия. — М., 2002. — 110 с. — Деп. в ВІНИТИ 13.06.02, № 145432.
<b>Словники</b>	Географія [Текст] : словник-довідник / [авт.-уклад. Ципін В. Л.]. — Х. : Хапімон, 2006. — 175, [1] с.
<b>Законодавчі та нормативні документи</b>	Кримінально-процесуальний кодекс України [Текст] : за станом на 1 груд. 2005 р. / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К. : Парлам. вид-во, 2006. — 207 с. — (Бібліотека офіційних видань).
<b>Бібліографічні покажчики</b>	Куц О.С. Бібліографічний покажчик та анотації кандидатських дисертацій, захищених у спеціалізованій вченій раді Львівського державного університету фізичної культури у 2006 році [Текст] / О. Куц, О. Вацеба. — Львів : Укр. технології, 2007. — 74 с.

<b>Дисертації</b>	Петров П. П. Активність молодих зірок сонячної маси [Текст] : дис. ... доктора фіз.-мат. наук : 01.03.02 / Петров Петро Петрович. — К., 2005. — 276 с.
<b>Автореферати дисертацій</b>	Новосад І. Я. Технологічне забезпечення виготовлення секцій робочих органів гвинтових конвеєрів [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук ступеня канд. техн. наук : спец. 05.02.08 „Технологія машинобудування” / І. Я. Новосад. — Тернопіль, 2007. — 20, [1] с.
<b>Авторські свідоцтва</b>	А. с. 1007970 ССРСР, МКІ <sup>3</sup> В 25 J 15/00. Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов / В. С. Ваулин, В. Г. Кемайкин (СССР). — № 3360585/25-08 ; заявл. 23.11.81 ; опубл. 30.03.83, Бюл. № 12.
<b>Патенти</b>	Пат. 2187888 Российская Федерация, МПК Н 04 В 1/38, Н 04 J 13/00. Приемопередающее устройство / Чугаева В. И.; заявитель и патентообладатель Воронеж. науч.-исслед. ин-т связи. — № 2000131736/09 ; заявл. 18.12.00 ; опубл. 20.08.02, Бюл. № 23 (II ч.).
<b>Частина книги, періодичного, продовжуваного видання</b>	Козіна Ж. Л. Теоретичні основи і результати практичного застосування системного аналізу в наукових дослідженнях в області спортивних ігор [Текст] / Ж. Л. Козіна // Теорія та методика фізичного виховання. — 2007. — № 6. — С. 15 — 18, 35 — 38.
<b>Електронні ресурси</b>	Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті : (підсумки 10-ї Міжнар. конф. „Крим-2003”) [Електронний ресурс] / Л. Й. Костенко, А. О. Чекмарьов, А. Г. Бровкін, І. А. Павлуша // Бібліотечний вісник. — 2003. — № 4. — С. 43. — Режим доступу до журн. : <a href="http://www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm">http://www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm</a> .

## Приклад оформлення списку використаних джерел

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Акайомова А. Політична реклама як процес комунікації [Електронний ресурс] /А. Акайомова // Віче. - № 6. – 2011. - Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/2468/>. – Назва з екрану
2. Артемьев М. А. Эффективная система психологических воздействий в политической рекламе : Автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. психол. наук [Электронный ресурс]/ Максим Анатольевич Артемьев. – Режим доступа: [http://irbis.gnpbu.ru/Aref\\_1997/Artem'ev\\_M\\_A\\_1997.pdf](http://irbis.gnpbu.ru/Aref_1997/Artem'ev_M_A_1997.pdf) .- Назва з екрану
3. Гурицька М. С. Політична реклама як невід’ємна складова виборчого процесу [Електронний ресурс] / М. С. Гурицька. - Політологічні записки. – 2013. - № 7. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Polzap\\_2013\\_7\\_24.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Polzap_2013_7_24.pdf)
4. Джефкінс Ф. Реклама : Практ. посіб. / Ф. Джефкінс; ред.: Д. Ядін; Пер.: О. О. Чистякова. – 4-е вид. – К. : Знання, 2001. – 455 с.
5. Закон України «Про місцеві вибори»: за станом на 14.07.2015 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/595-19/page5>
6. Климанська Л. Чутки як спосіб організації та самоорганізації інформаційного простору політики [Електронний ресурс] /Л. Климанська //Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – Вип. 20. - 2008. - С. 30-35
7. Котлер Филип. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – СПб. : АТ "Коруна" АОЗТ "Литера плюс", 1994. – 154с.