Міністерство освіти і науки України

Запорізький національний університет

**Т.В. Іванюха, Н.Д. Санакоєва**

**методичні Рекомендації**

**До написання кваліфікаційної роботи бакалавра**

здобувачами ступеня вищої освіти бакалавра

спеціальності «Журналістика»

освітньо-професійної програми

«Реклама і зв’язки з громадськістю»

Затверджено

вченою радою ЗНУ

Протокол № від 2024 року

Запоріжжя

2024

УДК 378.147.091.3:001.8]:070(076.5)

І -234

Іванюха Т.В., Санакоєва Н.Д. Методичні рекомендації до написання кваліфікаційної роботи бакалавра здобувачами ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Реклама і зв’язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 92 с.

Методичні рекомендації містять комплекс унормованих порад і універсальних прикладів, що дозволять здобувачам освіти грамотно й методично правильно виконувати кваліфікаційні роботи бакалавра. У виданні також подані основні вимоги до підготовки, написання й оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра, а також рекомендації щодо змісту й реалізації творчого проєкту, що є основою підсумкової роботи студентів ступеня вищої освіти бакалавра.

Методичні рекомендації призначені для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Реклама і зв’язки з громадськістю» денної і заочної форми здобуття освіти факультету журналістики Запорізького національного університету та їх наукових керівників.

Рецензент

*В.В. Костюк*, кандидат педагогічних наук, декан факультету журналістики

Відповідальний за випуск

*В.В. Березенко*, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| Вступ…………………………………………………......................................... | 4 |
| Розділ 1. Методичні рекомендації з підготовки кваліфікаційної роботи бакалавра……………………………………………………………………….  1.1 Основні етапи виконання кваліфікаційної роботи бакалавра……………………………………………………………………….  1.2 Вибір теми та методології дослідження………………………….. | 7    8  15 |
| Розділ 2. Структура кваліфікаційної роботи бакалавра……………………..  2.1 Кваліфікаційна робота інформаційно-аналітичного типу………..  2.2 Кваліфікаційна робота бакалавра творчого (проєктного) типу…. | 17  18  31 |
| Розділ 3. Вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра……... | 40 |
| Розділ 4. Захист кваліфікаційної роботи бакалавра та критерії оцінювання…..………….....................................................................................  Список використаних джерел………………....……….....................................  Додаток А. Методи дослідження……………………………………………...  Додаток Б. Приклад титульної сторінки……………………………………...  Додаток В. Приклад оформлення змісту……………………………………..  Додаток Г. Приклад заповнення завдання…………………………………….  Додаток Д. Приклад оформлення реферату…………………………………  Додаток Е. Приклад оформлення вступу……………………………………..  Додаток Ж. Приклад оформлення висновків…………………………………  Додаток И. Приклади оформлення бібліографічного опису у списку використаних джерел…………………………………………………………..  Додаток К. Приклад оформлення додатків …………………………………  Додаток Л. Приклад summary………………...……………………………….  Додаток М. Правила академічної доброчесності…………………………....  Додаток Н. Приклад оформлення декларації академічної доброчесності…. | 50  59  62  69  70  71 |
| 73  75  78  80 |
| 87 |
| 88  89  91 |

**Вступ**

Методичні рекомендації до написання кваліфікаційної роботи бакалавра здобувачами вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика», освітньо-професійної програми «Реклама і зв’язки з громадськістю», розроблені відповідно до вимог стандартів вищої освіти України з підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня та нормативними документами ЗНУ, що регламентують освітній процес. Видання покликане надати допомогу здобувачам у виконанні цієї роботи відповідно до основних вимог, які висуваються до її змісту та оформлення, організації її виконання, порядку захисту та оцінювання.

Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Запорізькому національному університеті, Стандартом вищої освіти України підготовки бакалавра за спеціальністю 061 «Журналістика», затвердженим наказом МОН України № 864 від 20.06.2019, навчальним планом факультету журналістики ЗНУ, кваліфікаційна робота бакалавра є обов’язковим складником навчального процесу й оцінюється як самостійний вид навчальної діяльності студента [13].

За Положенням про організацію освітнього процесу в Запорізькому національному університеті, випускові кваліфікаційні роботи (проєкти) виконуються на завершальному етапі навчання здобувачів вищої освіти в університеті і передбачають: систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань зі спеціальності та застосування їх при вирішенні конкретних наукових, технічних, економічних виробничих й інших завдань; розвиток навичок самостійної роботи; оволодіння методиками теоретичних та експериментальних досліджень експерименту, пов’язаних із темою роботи (проєкту).

Як декларує Стандарт вищої освіти України підготовки бакалавра за спеціальністю 061 «Журналістика», єдиною формою атестації здобувачів вищої освіти є кваліфікаційна робота. Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері соціальних комунікацій, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов.

Кваліфікаційна робота може бути виконана у двох форматах.

Перший – інформаційно-аналітичне дослідження актуальної теми відповідно до спеціалізації здобувача («Реклама» чи «Зв’язки з громадськістю») із репрезентацією власного творчого портфоліо у практичному розділі.

Другий – творчий проєкт соціальної рекламної чи PR-кампанії та/або виготовлені в результаті його реалізації рекламний/PR-продукт, до яких подають пояснювальну записку.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота бакалавра після захисту розміщується на Інституційному репозитарії ЗНУ: https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/1124

Атестація здійснюється відкрито як публічна презентація кваліфікаційної роботи бакалавра, на якій можуть бути присутні представники інших закладів вищої освіти та/або роботодавці.

Кваліфікаційна робота виконується на завершальному етапі навчання здобувачів у закладі вищої освіти й передбачає демонстрацію ними **компетентностей**, передбачених Стандартом вищої освіти України та ОПП «Реклама і зв’язки з громадськістю»:

1. Загальні компетентності:

– знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

3. Спеціальні компетентності:

* здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;
* здатність створювати медіапродукт;
* здатність створювати унікальний рекламний та PR-продукт, враховуючи психологію сприйняття його цільовою аудиторією.
* здатність застосовувати інноваційні технології в галузі рекламної та PR-діяльності, створювати рекламний та PR-продукт на основі творчих методик та впровадження нових ідей [12].

**Мета кваліфікаційної роботи бакалавра** – виявити рівень знань, умінь і навичок студента в обраній спеціалізації зі створення рекламного чи PR-продукту різних форм і жанрів, опанування наукової літератури й орієнтації у комунікаційному та рекламному просторі.

Основне завдання автора/ки кваліфікаційної роботи бакалавра – продемонструвати здатність створювати якісний рекламний та PR-продукт на основі **програмних результатів навчання**:

* планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків;
* координувати виконання особистого завдання із завданнями колег;
* планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію;
* розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах [12].

До виконання кваліфікаційної роботи бакалавра допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану освітньо-професійної програми підготовки бакалавра за спеціальністю 061 «Журналістика».

**Розділ 1**

#### Методичні РЕКОМЕНДАЦІЇ

#### З ПІДГОТОВКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Відповідно до «Положення про порядок проведення атестації здобувачів освіти та організацію роботи Екзаменаційної комісії в Запорізькому національному університеті», затвердженого рішенням Вченої ради ЗНУ від 26.11.2023 р. зі змінами та доповненнями, введений у дію з 01.12.2023 р., кваліфікаційні роботи подаються здобувачами вищої освіти на випускову кафедру у визначений вченою радою факультету термін, але не пізніше ніж за два тижні до дня захисту в екзаменаційній комісії [14]. Атестація здійснюється відкрито і гласно. Здобувачі вищої освіти та інші особи, присутні на атестації, можуть вільно здійснювати аудіо- та/або відеофіксацію процесу атестації.

Кваліфікаційна робота здобувача ступеня вищої освіти бакалавра ОПП «Реклама і зв’язки з громадськістю» являє виготовлений інформаційний/інформаційно-аналітичний продукт або проєкт інформаційної акції чи інформаційну акцію, до яких додають пояснювальну записку. Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми у сфері прикладних соціальних комунікацій, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов.

Створення бакалаврської роботи студента ОПП «Реклама і зв’язки з громадськістю» факультету журналістики передбачає розв'язання таких завдань:

1.Виявити рівень засвоєння майбутніми фахівцями теоретичного матеріалу та основних критеріїв аргументованої професійної оцінки діяльності творчих працівників комунікаційної сфери.

2. Усвідомити, наскільки професійно грамотно побудована власна робота по формуванню навченості, вмілості та майстерності як трьох етапів професіоналізму.

3. Закріпити на практиці специфіку роботи із першоджерелами та методику оформлення текстів наукового стилю.

4. Сформувати вміння робити доповідь, вичерпно відповідати на запитання, роз'яснювати її зміст, аргументовано захищати й відстоювати свою позицію.

Отже, кваліфікаційна робота бакалавра – це підсумок входження здобувача освіти у специфіку рекламної та PR-діяльності, це звіт перед собою і державою про рівень засвоєння як теоретичної бази, так і набутих практичних умінь і навичок зі спеціальності.

**1.1 Основні етапи підготовки та виконання кваліфікаційної роботи бакалавра**

Увесь процес роботи над бакалаврським дослідженням умовно можна поділити на основні три етапи:

* підготовчий;
* виконання проєкту;
* фінальний етап.

Більш детальне планування роботи над бакалаврським дослідженням передбачає:

* вибір теми;
* пошук і вивчення джерельної бази, літератури, накопичення фактів;
* складання змісту (плану) роботи, опрацювання відібраних матеріалів;
* написання роботи та реалізація проєкту;
* ознайомлення з текстом роботи наукового керівника й врахування його зауважень;
* подання на перевірку науковому керівникові остаточно оформленої кваліфікаційної роботи;
* проходження рецензування;
* перевірка нормоконтролером на дотримання загальних вимог щодо форми;
* подання роботи на кафедру;
* підсумкова атестація випускників у формі захисту кваліфікаційної роботи бакалавра.

На основі зазначених етапів розроблено орієнтовний *Календарний графік роботи* над кваліфікаційними дослідженнями (таблиця 1.1), зважаючи на можливі щорічні зміни в навчальних планах:

Таблиця 1.1

**Календарний графік роботи над кваліфікаційною роботою бакалавра**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Вересень – середина жовтня | студенти мають визначитися з темами і науковими керівниками (далі списком теми затверджуються факультетом). |
| 1. Жовтень-листопад | мають бути проведені перші консультації з науковим керівником, визначені мета й завдання роботи, перелік досліджуваних питань і основні джерела, розроблено графік роботи над темою. |
| 1. Грудень-квітень | поетапна робота над дослідженням здійснюється із урахування плану, за графіком узгоджених консультацій із науковим керівником. |
| 1. Перша половина травня | за місяць до захисту чорновий варіант роботи має бути перевірений науковим керівником. У цей же час відбувається попередній захист робіт на випусковій кафедрі, де студент та науковий керівник звітують про попередні результати і ухвалюється рішення про допуск чи недопуск робіт до захисту. |
| 1. Друга половина травня | наступні два тижні відведені на доопрацювання та оформлення кваліфікаційної роботи. |
| 1. Початок червня (за два тижні до захисту) | не пізніше, як за два тижні до дати захисту кваліфікаційні роботи у готовому вигляді подаються на кафедру, реєструються у відповідному журналі і передаються науковому керівникові. На цьому етапі відбувається рецензування кваліфікаційної роботи зовнішнім рецензентом. |
| 1. Початок червня (за тиждень до захисту) | відбувається процедура нормоконтролю, коли нормоконтролер від кафедри перевіряє роботу на відповідність роботи чинним стандартам і вимогам щодо оформлення, про що робить відповідну помітку в роботі. |
| 1. 17-23 червня | проводиться захист кваліфікаційних робіт ЕК (екзаменаційною комісією) за обов'язкової присутності студентів і їхніх наукових керівників. |

Розглянемо детальніше особливості роботи над кваліфікаційною роботою бакалавра на кожному з етапів.

***Перший етап*** включає обґрунтування теми та усвідомлення актуальності її дослідження, вибір об’єкта, предмета та визначення мети дослідження. Їх виокремлення і формулювання відштовхується від конкретної проблемної ситуації, обраної для розв’язання у кваліфікаційній роботі. Проблемна ситуація відображає критичну неузгодженість, суперечність між наявним станом об’єкта дослідження в реальній практиці і вимогами до його ефективнішого функціонування. Зазвичай для окреслення проблемної ситуації необхідною є оцінка стану опрацювання обраної теми із зазначенням прізвищ науковців, що її вивчали і виокремленням тих її аспектів, що не отримали достатнього розгляду в літературі. Чітко виділена проблемна ситуація допомагає обрати об’єкт і предмет дослідження, сформулювати його мету і завдання.

*Вибір теми, постановка завдання* та складання плану виконання роботи відбувається у вересні-жовтні. Про вибір і формулювання теми детальніше розповідається далі. Календарний план зробить дослідження планомірним і допоможе уникнути ситуації, коли студент змушений в авральному порядку виконувати роботу і може допустити значну кількість помилок.

***На другому етапі*** опрацювання джерел дослідження має відбутися у жовтні-листопаді. Чим ширше й різноманітніше коло наукової літератури, яку опрацював та використав студент, тим вищою є теоретична та практична цінність його дослідження. Рекомендована кількість використаних джерел для написання кваліфікаційної роботи складає від 30 до 40 позицій.

Написання кваліфікаційної роботи передбачає вміння користуватися інформаційно-довідковим апаратом, зокрема алфавітними й систематичними каталогами бібліотек, матеріалами довідково-бібліографічних покажчиків. *Вивчення літератури* розпочинається з видань, що рекомендовані до курсу в цілому (перелік базових джерел за авторства викладачів кафедри подано у розділі 3 цього видання), і поступово розширюється завдяки вузькоспеціалізованим науковим джерелам. Необхідною складовою опрацювання наукової літератури є складання плану, тез, конспектування, створення картотеки (бібліографічної, тематичної), що сприяють систематизації теоретичного матеріалу. Відібрані факти аналізуються й систематизуються відповідно до основних питань обраної теми.

На цьому етапі накопичення фактів може відбуватися також через збирання фактичного матеріалу під час навчальної практики – збір, обробка, виклад матеріалу, зокрема, зразків документів, макети рекламних та PR-матеріалів, статистичні дані щодо роботи комунікаційних установ, приклади інформаційно-комунікаційної продукції тощо.

***Третій етап*** – складання змісту (плану) роботи є важливим і відповідальним етапом. Зміст (план) кваліфікаційної роботи складається студентом самостійно на основі опрацювання наукових і фактичних джерел і потім погоджується з науковим керівником. Протягом підготовки кваліфікаційної роботи зміст може конкретизуватися відповідно до відібраних фактів.

*Опрацювання відібраних матеріалів* допоможе критично оцінити рівень вивченості обраної проблематики, визначити пріоритетний напрям у власному дослідженні й прогнозувати подальший її розвиток. Опрацювання відбувається за допомогою низки загальноприйнятих наукових методів, про що детальніше йтиметься далі.

***Четвертий етап*** – написання чорнового варіанту тексту, подання його на ознайомлення керівнику – відбувається у період з грудня по травень.

Під час написання кваліфікаційної роботи варто дотримуватися логіки, послідовності, аргументованості суджень, точності фактів. Треба уникати надмірного цитування, виявляти творчий підхід у викладі матеріалу, дотримуючись вимог до мовностилістичного супроводження роботи. В основу роботи має бути покладено новий матеріал, що містить опис нових фактів, явищ і закономірностей, або узагальнення вже відомих положень з інших наукових позицій, або в іншому аспекті, що й визначає наукову значущість такої роботи. Кваліфікаційну роботу може доповнювати фактичний матеріал, що не увійшов в основний текст дослідження, поданий у вигляді статистичних даних, порівняльних таблиць, рисунків тощо, в додатках.

Оскільки структура кваліфікаційної роботи формується у відповідності до поставлених завдань дослідження, то в ній зазвичай виокремлюється два (іноді три) розділи. Після виконання розділів (т. зв. основної частини роботи) переходимо до її завершального узагальнення й оформлення.

Процес написання кваліфікаційної роботи має контролюватися науковим керівником під час передбачених розкладом консультацій. Науковий керівник оцінює зміст виконаної кваліфікаційної роботи як частинами, так і в цілому, дає згоду на подання роботи на захист. Студент повинен ураховувати всі зауваження наукового керівника й подати на перевірку остаточний варіант кваліфікаційної роботи, оформлений згідно з чинними вимогами, до кінця березня.

***П’ятий етап*** передбачає перевірку чернетки науковим керівником і фінальні консультації-поради щодо оформлення остаточного варіанту роботи, а також процедуру попереднього захисту на кафедрі. Науковий керівник і студент звітують про стан написання і кафедрою ухвалюється рішення про допуск чи недопуск до захисту. Наступні два тижні (орієнтовно друга половина травня) відведений на доопрацювання та оформлення кваліфікаційної роботи.

***Шостий етап*.** Не пізніше, як за два тижні до дати захисту кваліфікаційні роботи (орієнтовно початок червня) у готовому вигляді подаються на кафедру, реєструються у відповідному журналі й передаються науковому керівникові та рецензентові. Далі відбувається рецензування кваліфікаційної роботи (орієнтовно перша половина червня) зовнішнім рецензентом (викладачем з науковим ступенем з іншої кафедри факультету журналістики або фахівцем-практиком у галузі із відповідним дипломом за спеціальністю 061). У цей же період науковий керівник готує відгук на роботу, відзначаючи готовність до захисту.

***Сьомий етап.*** Відбувається процедура нормоконтролю (орієнтовно перша половина червня), де визначений нормоконтролер від кафедри перевіряє роботу на відповідність роботи чинним вимогам, про що робить відповідну помітку в роботі. Всі вимоги нормоконтролера вказані у цих методичних рекомендаціях і стосуються оформлення роботи, а також кількісних показників (кількість сторінок у розділах, підрозділах, наявність всіх необхідних змістовних частин).

**Зверніть увагу!** До обов’язків нормоконтролера **не входить** контроль мовностилістичних та пунктуаційних помилок у тексті або друкарських огріхів, це обов’язок наукового керівника і відповідальність автора роботи.

***Восьмий етап.*** Проводиться захист кваліфікаційних робіт атестаційною комісією, що затверджена наказом ректора, за обов'язкової присутності студентів і їхніх наукових керівників (орієнтовно друга половина червня). Без проходження захисту робота не оцінюється і студент не отримує диплома бакалавра.

Кожен із етапів роботи над кваліфікаційним дослідженням відбувається під керівництвом закріпленого викладача від кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності.

Науковий керівник надає здобувачу освіти наукову та методичну допомогу, контролює хід виконання роботи, вносить необхідні зміни до плану дослідження, скеровує на доцільність прийняття тих чи інших рішень.

Основні обов’язки наукового керівника:

* допомогти студенту у розробці плану кваліфікаційної роботи;
* рекомендувати необхідну основну та додаткову літературу, довідкові, статистичні, нормативні джерела та інші матеріали;
* надавати систематичні консультації з написання окремих розділів роботи, спрямовувати роботу студента на повне і глибоке розкриття теми;
* проконсультувати студента щодо поточної ситуації в науці, яка склалася навколо наукової проблеми, згаданої в кваліфікаційній роботі;
* перевірити зміст виконаної роботи;
* вказати на наявність мовностилістичних та пунктуаційних помилок у тексті;
* виставити попередню оцінку.

Під час перевірки кваліфікаційної роботи науковий керівник має виявити помилки та неточності; вказати, в чому вони полягають та визначити раціональні шляхи їх виправлення; уточнити нечіткі формулювання; відмітити стилістичні помилки та друкарські огріхи.

За виправлення недоліків роботи, відмічених науковим керівником, як і за достовірність даних, використаних у роботі, відповідальність несе здобувач вищої освіти – автор кваліфікаційної роботи.

Варто пам’ятати, що підготовка кваліфікаційної роботи бакалавра має демонструвати рівень фахової підготовленості студента чи слухача бакалаврату до професійної або наукової діяльності, а саме здатність:

* використовувати набуті в процесі навчання теоретичні знання, практичні навички;
* аналізувати джерела інформації, у першу чергу наукові;
* узагальнювати матеріали та застосовувати сучасні методики і методи наукових досліджень;
* використовувати сучасні інформаційні технології;
* обґрунтовано використовувати вітчизняний та міжнародний досвід при висвітленні питання, що досліджується;
* знаходити аналоги розв’язання проблеми у вітчизняній та зарубіжній практиці, адаптувати їх до конкретного предмета (об’єкта) дослідження;
* за результатами аналізу самостійно приймати оптимальні рішення.

**1.2 Вибір теми та методології дослідження**

**Вибір теми дослідження.** Назва кваліфікаційної роботи має відповідати освітній і науковій галузям, навчальній дисципліні, бути конкретною і короткою (5-12 слів), відповідати суті вирішуваної наукової проблеми, вказувати на мету дослідження і його завершеність.

Після консультації з науковим керівником попередньо обрана тема дослідження може бути уточнена з урахуванням наукових і навчальних інтересів студента. Іноді для більшої конкретизації до назви варто додати кілька слів, що конкретизують матеріал, який було взято для вивчення певної проблеми.

Наприклад,

|  |
| --- |
| **«Організація PR-комунікації бізнесових організацій**  **за допомогою корпоративних сайтів»** |

*або*

|  |
| --- |
| **«Візуальні рекламні комунікації українських брендів**  **під час війни»** |

У назві бажано не використовувати ускладнену термінологію псевдонаукового характеру. Треба уникати назв, що починаються зі слів **«Дослідження питання…», «Дослідження деяких шляхів…», «Деякі питання…», «Матеріали до вивчення…», «До питання…»** тощо, в яких не відбито в достатній мірі суть проблеми.

**Методологія дослідження.** Аналіз зібраного теоретичного та емпіричного матеріалу здійснюється за допомогою низки наукових методів. Таке багатогранне явище, як рекламна та PR-діяльність, вивчається за допомогою різних методів: описового, порівняльного, статистичного, порівняльно-історичного та багатьох інших, їх вживання диктується метою роботи.

*Метод* – це визначення напряму наукового пошуку й способу досягнення мети. Дотримання методу забезпечує регулярність і контроль у дослідницькій діяльності, задає її логіку. Сукупність методів, застосованих у дослідженні, складає його *методологію*.

На практиці найчастіше використовують описовий метод: на основі систематизації зібраних фактів описують стан справ у певній галузі знань та будують відповідні висновки. Окремі положення, висновки стануть більш вагомими, якщо будуть проведені відповідні підрахунки: для цього застосовують статистичний метод. Коли є потреба порівняти явища різних підсистем, вдаються до порівняльного методу.

Детальніше про методи наукових досліджень у соціальних комунікаціях та інформології, а також про визначення об'єкта та предмета дослідження читайте у посібнику В. Різуна та Т. Скотникової «Методи наукових досліджень у журналістикознавстві» [17]. Для зручності подаємо основні методи дослідження у галузі соціальних комунікацій у вигляді таблиць – загальні методи, спільні для багатьох наук, методи збору даних, методи аналізу даних (Додаток А).

Отже, правильно сформульована, актуальна тема кваліфікаційної роботи, вибір належної методології на підготовчому етапі та дотримання загальної схеми підготовки стануть запорукою написання якісного дослідження під час реалізації основного етапу.

**розділ 2**

**СТРУКТУРА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Кваліфікаційна робота бакалавра є завершеним науковим дослідженням здобувача(-ки) освіти з актуальної теми, у якому він (вона) на основі вивченого матеріалу з певної теми збирає, аналізує попередні розробки (теоретичний розділ) або розробляє та реалізує власний рекламний або PR-проєкт в галузі певної проблеми, а також пропонує власне бачення ситуації,. У практичних розділах автор(-ка) здійснює власний аналіз, описує та презентує власний проєкт, доходячи певних результатів, що відбивається у висновках і на захисті.

Ілюстрації до творчого проєкту рекомендується подавати компактно у додатках. Якщо в цьому є необхідність, можна до 10 сторінок. Обсяги додатків зі списком матеріалів портфоліо залежать від кількості представлених студентом/кою робіт. Таким чином, загалом весь документ міститиме не менше 45 сторінок.

Таблиця 2.1

**Структура кваліфікаційної роботи бакалавра**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | | Структурний елемент | Обсяг у сторінках |
| 1 | | Титульна сторінка | 1 |
| 2 | | Зміст | 2 |
| 3 | | Завдання | 1 |
| 4 | | Реферат | 1 |
| Основна частина | 5 | Вступ | 2-3 |
| 6 | Розділ 1 | 10-15 |
| 7 | Розділ 2 | 10-15 |
| 8 | Висновки | 2-3 |
| 9 | | Список використаних джерел | 2-3 |
| 10 | | Додаток А (ілюстративний матеріал до творчого проєкту) | Від 1 до 10 |
| 11 | | Додаток Б (список матеріалів портфоліо) | Від 1 |
| 12 | | Додаток В (копії наукових публікацій, дипломів, сертифікатів) |  |
| 13 | | Summary | 1 |
| 14 | | Декларація академічної доброчесності | 1 |
| ЗАГАЛОМ 45-50 СТОРІНОК | | | |

Структура та змістове наповнення кваліфікаційної роботи бакалавра залежить від того, який з двох запропонованих вище форматів обрано: інформаційно-аналітичне дослідження чи творчий рекламний або PR-проєкт.

**2.1 Кваліфікаційна робота інформаційно-аналітичного типу**

Кваліфікаційна робота цього типу має на меті репрезентувати навички проведення наукового дослідження (збирати дані, аналізувати, творчо осмислювати, формулювати висновки, пропозиції та рекомендації з предмету дослідження), творчої самостійної роботи, сприяти оволодінню загальнонауковими і спеціальними методами сучасних наукових досліджень, поглибленому вивченню будь-якого питання чи теми.

Вдалий план наукової праці повинен відповідати кільком універсальним вимогам:

1. Теми кожного розділу однакові за важливістю, а самі розділи – приблизно однакові за обсягом.
2. Назви і зміст розділів та підрозділів не повинні повторюватися.
3. Жоден із пунктів плану не може повторювати назви роботи.
4. Кожен розділ і підрозділ відповідає поставленим завданням.

**Обов’язкові складові частини кваліфікаційної роботи бакалавра інформаційно-аналітичного типу такі:**

* титульний аркуш,
* зміст,
* перелік умовних позначень (за необхідності),
* завдання,
* реферат,
* вступ (2-3 сторінки),
* основна частина, що складається з двох основних розділів:

1. теоретико-методологічного. Тут викладається аналіз теорій, методик, класифікацій, які до того були запроваджені в науку. Можуть бути враховані також класифікації з інших, дотичних сфер наукового знання (культурології, історії, лінгвістики, літературознавства, методики, педагогіки, політології, психології, соціології, філософії тощо), які, на Вашу думку, варто залучити для вирішення поставленого завдання (10-15 сторінок).
2. практичного (аналітичного) розділу, у якому, користуючись напрацюваннями попередніх двох розділів, студент здійснює аналіз-доведення-вирішення мети і поставлених завдань. Практичний розділ може поділятися на підрозділи (загальний обсяг цього розділу – 10-15 сторінок). У цьому розділі автор має провести емпіричне дослідження на основі критеріїв, що чітко визначені у теоретичному підрозділі. Також один із підрозділів практичного розділу повинен містити репрезентацію власного творчого портфоліо.

* висновки (2-3 сторінки), у яких викладено основні результати дослідження,
* список використаних джерел,
* додатки (якщо вони необхідні),
* Summary (реферат англійською мовою, не більше 1 сторінки),
* декларація академічної доброчесності.

Розглянемо особливості змістового наповнення та оформлення кожного з названих структурних елементів кваліфікаційної роботи.

**Титульний аркуш** роботи містить**:**

* найменування вищого навчального закладу, факультету, кафедри, де виконана робота;
* тип роботи, її назву;
* напрям підготовки, спеціальність, ОПП,
* групу, прізвище, ім’я, по-батькові автора;
* науковий ступінь і наукове звання, прізвище, ім’я, по-батькові наукового керівника,
* науковий ступінь і наукове звання, прізвище, ім’я, по-батькові рецензента,
* місто і рік**.**

Титульна сторінка враховується, але не нумерується (зразок оформлення подано в додатку Б)

**Зміст** подають на початку роботи після титульної сторінки або після списку умовних скорочень (за наявності). Він містить найменування та номери початкових сторінок усіх розділів та пунктів (якщо вони мають заголовок), зокрема реферату, завдань, вступу, розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків, листа академічної доброчесності, summary(Додаток В).

**Перелік умовних скорочень**подається за необхідністю. Якщо в кваліфікаційній роботі вжито специфічну термінологію, скорочення, позначення й таке інше, то їх перелік розміщують перед вступом окремим списком. Перелік друкують двома колонками, у яких зліва за абеткою наводять, наприклад, скорочення, справа – їх детальну розшифровку. Спеціальні терміни, скорочення, символи, позначення та ін., що повторюються менше трьох разів, у переліку не зазначають, їх розшифровку наводять у тексті при першому згадуванні.

Наприклад:

|  |  |
| --- | --- |
| ІАД  ФО  МК | Інформаційно-аналітична діяльність  Фразеологічна одиниця  Маркетингові комунікації |

**Завдання** на бакалаврське дослідження видається в деканаті або виконується в електронному варіанті у вигляді таблиці, зразок і заповнення якої див. у Додатку Г.

**Реферат.** Обов’язкова структурна одиниця кваліфікаційної роботи бакалавра – коротка стисла репрезентація роботи, яка передбачає наявність таких основних пунктів:

* назва теми,
* кількість сторінок основного тексту,
* кількість використаних джерел,
* об’єкт дослідження,
* предмет,
* мета,
* завдання**,**
* методологічна й теоретична основа дослідження,
* методи,
* наукова новизна,
* сфера застосування,
* 7-10 ключових слів (основна термінологія, що використовується в тексті).

Приклад написання та оформлення реферату подано у додатку Д.

**Вступ** розкриває сутність і стан наукового дослідження проблеми, що розглядається у роботі, підстави і вихідні дані для розробки теми. Це одна з найважливіших частин роботи і тому часто виникають певні труднощі при її написанні. Вступ у студентській науковій роботі виконує клька завдань: 1) здійснює постановку теми дослідження й обґрунтовує її актуальність, 2) обмежує конкретними завданнями подальше дослідження, 3) визначає теоретичні засади розміщення матеріалу в роботі та її композицію.

Недоречними у вступі є часті цитування (хоч вони й допускаються), абстрактні розмірковування на тему дослідження. Він потребує обов'язкового обґрунтування теми, постановки проблеми, з'ясування ступеня наукової розробки, актуальності теми, визначення предмета, мети і завдання. Обов’язковим є зазначення основних дослідників з обраної теми, окреслення хронологічних рамок та методів дослідження, структури роботи. Це треба робити чітко і стисло. Обсяг вступу має дорівнювати 2-3 сторінкам.

Розпочинати вступ варто стислим розкриттям сутності і стану наукової проблеми, її значимістю, у тому числі і для автора роботи, та обґрунтуванням необхідності проведення дослідження.

**Обов’язкові пункти вступу** виділяються жирними літерами і розташовуються **у такому порядку:**

**Актуальність теми.** Шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими розв’язаними проблемами обґрунтовують актуальність та доцільність роботи в галузі тієї чи іншої наукової парадигми. Висвітлення актуальності не має бути абстрактним і багатослівним. Достатньо парою абзаців висловити головне – сутність проблеми і наукового знання.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| Пандемія COVID-19 і повномасштабна війна в Україні змусили весь світ переглянути своє попереднє життя і почати жити й мислити зовсім в інших умовах. Адже ведення бойових дій, окупація і свідомі обстріли цивільної інфраструктури спричинили кризу багатьох галузей, хоча загалом треба відзначити: Україна живе і бореться на всіх фронтах, втому числі й у бізнесовій сфері. Особливо відчутно криза напочатку відобразилася на ресторанах і кав’ярнях, діяльність яких опинилася під загрозою тотального знищення. Однак грамотне перебудування стратегій позиціонування регіонального ринку кав’ярень в умовах пандемії дозволило більшості представників цього сегменту вижити, продовжувати працювати і вийти на прибутковий рівень. Сучасний стан війни також свідчить про те, що регіональний бізнес поступово просуває свою діяльність, виходить з кризи і продовжує боротьбу за клієнтів.  Особливо важливим при цьому є вивчення питань можливості комунікаціії в умовах пандемії і війни, адже грамотне ведення комунікації в кризових ситуаціях дозволяє зберегти клієнтів і врятувати свій бізнес від банкрутства. Зважаючи на відсутність досвіду і ґрунтовних аналітичних досліджень стану сегменту кав’ярень в умовах пандемії та війни, тема роботи є **актуальною**. |

Актуальність теми містить ще й короткий огляд літератури, який має продемонструвати рівень дослідження теми, що потребує подальшого вирішення. Огляд літератури має продемонструвати вміння студента працювати зі спеціальною літературою, систематизувати джерела, критично їх розглядати, виділяти суттєве, оцінювати зроблене раніше іншими дослідниками, визначати головне в сучасному стані вивчення теми. Матеріали такого огляду треба систематизувати в певному логічному зв’язку й послідовності. Перераховуючи авторів наукових робіт, треба дотримуватися **правил алфавітного порядку** прізвищ: «у працях Р. Барта, В. Березенко, Ф. Котлера, В. Музиканта, Т. Примак, Є. Ромата, Дж. Траута…». В огляді називають і критично оцінюють публікації, що розкривають певні аспекти теми кваліфікаційної роботи бакалавра.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| Вивченням особливостей сучасних рекламних комунікацій займалося чимало дослідників, серед яких О. Андрєєва, М. Бутиріна, Н. Добробабенко, М. Кіца, О. Михайлович, Б. Обритько, Є. Ромат, О. Савельєва, Д. Томбу, Н. Удріс, Л. Хавкіна, Ю. Шмига та ін. Водночас у науковій літературі відсутні системні наукові дослідження, присвячені впливу рекламних комунікацій на процес соціалізації, що й зумовлює **актуальність нашої роботи.** |

**Мета і завдання дослідження.** Мета і завдання формулюють загальне спрямування роботи й ті питання, які необхідно вирішити для їх досягнення. Під час формулювання мети здобувач освіти має відповісти на питання – для чого він досліджує цю проблему. **Не варто** формулювати мету **іменником** «Дослідження…» або «Вивчення…» , тому що ці слова вказують на засіб досягнення мети, а не саму мету. Краще використати **дієслівні** конструкції на зразок «Мета передбачає **виявити** комунікаційну природу та особливості…/ **визначити** ефективність документної комунікації у сфері…/ **сформувати** ефективну модель комунікації…» тощо.

Характер завдань випливає з назв розділів та підрозділів роботи і їх зміст формулюють, використовуючи такі поняття: **визначити …, охарактеризувати…, розробити…, виявити…., сформулювати …, розкрити**… тощо. Формулювати завдання варто якомога докладніше та лаконічніше, оскільки опис їх вирішення становитиме зміст розділів і параграфів роботи. Виходячи із завдань дослідження, автор має зробити висновки до роботи.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Мета роботи** – визначити та схарактеризувати рекламні комунікації як чинник соціалізації шляхом створення соціальнокомунікаційної моделі впливу рекламних комунікацій на процес соціалізації. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання:**   1. з’ясувати відмінності в соціалізаційному впливі соціальної, політичної та комерційної реклами; 2. визначити особливості впливу інструментів і технологій сучасних рекламних комунікацій на процес соціалізації; 3. запропонувати класифікацію образів героїв реклами на основі їх впливу на соціалізацію цільової аудиторії; 4. розробити соціально-комунікаційну модель впливу рекламних комунікацій на процес соціалізації; 5. провести моделювання соціалізаційного впливу рекламних комунікацій та визначити моделі соціалізації в українському суспільстві у період 1991–2018 рр. |

**Об’єкт і предмет дослідження.** Об’єкт дослідження – це процес або явище, що породжує проблемну ситуацію, і обране для вивчення. Предмет дослідження завжди вужчий за об’єкт і міститься в його межах.

Об’єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне й часткове. В об’єкті виділяється та його частина, яка є предметом дослідження. Саме на нього спрямована основна увага виконавця, оскільки предмет дослідження визначає тему кваліфікаційної роботи, яка визначається на титульному аркуші як її назва.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Об’єкт дослідження –** комунікація запорізьких кав`ярень «Coffeelab Roasters», «Заппа», «Добра кава» у 2022 р.  **Предмет дослідження** – використання цими закладами сучасних комунікаційних стратегій просування за допомогою інструментів реклами та SMM. |

**Методи дослідження.** Подається перелік використаних методів дослідження для досягнення поставленої в роботі мети. Перераховувати їх потрібно не відірвано від змісту роботи, а коротко та змістовно визначаючи, що саме досліджувалось тим чи іншим методом. Сучасна комунікативістика послуговується як загальнонауковими (методи аналізу, синтезу, порівняльний, історичний тощо), так і конкретно науковими методами дослідження соціальних комунікацій – первинними (вивчення джерел, спостереження, опитування) та вторинними (обробка й аналіз даних – кількісний та якісний аналіз, систематизація, інтерпретація). Детальніше про методи дослідження – у колективній праці «Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга» (Запоріжжя, 2017) [11] та у статті В. Різуна та Т. Скотникової «Методи соціальнокомунікаційних досліджень» [17] та у Додатку А.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Методи дослідження:** метод спостереження, аналізу та систематизації використано у першому розділі під час вивчення теоретичного матеріалу та вироблення наукової концепції; аналітичний і порівняльний методи використано для зіставлення комунікаційних стратегій різних політичних партій; описовий метод застосовано для опису диджиталізованих інформаційних послуг. |

**Методологічна і теоретична основа роботи.** Цей пункт передбачає перелік основних авторів, концепції яких складають основу дослідження, із вказівкою наукової сфери, яка ними розглядається. Автори подаються за принципом алфавітного порядку прізвищ із зазначенням номеру в списку джерел у квадратних дужках.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Методологічну і теоретичну основу дослідження** складають праці українських і зарубіжних комунікативістів І. Буднікевич, С. Гаврилюка, О. Завадинської, М. Миронової, Ю. Миронова, Т. Пономаренко, О. Решетняк, D.Zarella та інших; роботи, присвячені SMM для ресторанного бізнесу М. Малюка, К. Федорової, К. Павленко-Дідур; науковців-дослідників готельно-ресторанного бізнесу М. Бригілевич, О. Загороднюк, М. Паски, С. Ткачової та інших. |

**Наукова новизна одержаних результатів.** Дається коротка анотація нових наукових положень, запропонованих на основі висновків, до яких приходить студент у кінці роботи над темою кваліфікаційної роботи. Новизна виявляється у наявності вперше сформульованих і змістовно обґрунтованих теоретичних положень, розроблених принципів, методів та рекомендацій. Новими можуть бути ті положення досліджень, що сприяють подальшому розвитку науки або окремих її напрямів.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Наукова новизна** **одержаних результатів** полягає в тому, що у роботі узагальнено сучасні наукові погляди на можливості використання соціальних мереж у комунікаційній діяльності бібліотек. Також це дослідження є онією із перших спроб визначити, виокремити й детально проаналізувати масив контенту соціальних мереж запорізьких бібліотек. |

**Практичне значення одержаних результатів.** Тут треба подати відомості про можливості використання отриманих результатів під час подальших досліджень, у навчальному чи інформаційно-виробничому процесі, або порекомендувати сферу, де можна застосувати результати наукової роботи (під час розробки спецкурсів чи спецсемінарів, написанні наукових досліджень із певної тематики).

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Практичне значення одержаних результатів.** Матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, викладання вузівських курсів для студентів спеціальності «Реклама і зв’язки з громадськістю», у наукових доповідях, при написанні курсових та кваліфікаційних робіт студентами факультету журналістики. |

**Апробація результатів роботи.** Цей пункт є **факультативним (необов’язковим**) у кваліфікаційної роботі. У ньому наводяться дані щодо участі автора у творих конкурсах, фахових олімпіадах, конференціях, колоквіумах, круглих столах, тренінгах та щодо наукових публікацій за темою кваліфікаційної роботи.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Апробація** кваліфікаційної роботи здійснена:   1. під час роботи Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених «ІНФОРМАЦІЙНИЙ СПРОТИВ ВОРОЖИМ НАРАТИВАМ ЗАСОБАМИ МІКРОМЕДІА В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ». Виголошено доповідь на тему «Комунікаційні інструменти просування ресторанних послуг в Україні в умовах воєнного стану», подано тези доповіді до збірника конференції; 2. у науковому збірнику опубліковано тези доповіді   Таточенко К.П. Реферат як продукт інформаційно-аналітичної діяльності в бібліотечній і науково-технічній галузях: порівняльна характеристика. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив : Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції* [відповідальний редактор В. В. Костюк, відповідальні секретарі В. А. Ковпак, А. О. Шевченко]. Запоріжжя : ЗНУ, факультет журналістики, 2021. С. 124-130. |

Обов’язковим додатковим елементомвступу для кваліфікаційної роботи бакалавра є пункт **Творчий доробок**. У ньому вказується кількість власних рекламних, PR-матеріалів, засоби масової інформації, у яких вони прозвучали чи були надруковані або для якої кампанії вони були підготовлені. Усі ці матеріали мають бути подані у додатках до роботи.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Творчий доробок.** У роботі використано 20 дизайнерських розробок для журналу «Cosmopolitan» за період з 2019 по 2022 роки. Вони вміщені у додатках. |

**Структура роботи.** Цей пункт містить дані щодо обсягу та структурних компонентів кваліфікаційної роботи. Варто врахувати той факт, що додатки і список використаних джерел до основного складу роботи не входять і не рахуються.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **Структура роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів із підрозділами, висновків, списку використаних джерел, 5 додатків. Обсяг основної роботи – 54 сторінки. Список використаної літератури включає 40 найменувань (викладених на 3 сторінках). |

**Основна частина кваліфікаційної роботи** складається з 2 розділів і підрозділів. Кожен розділ починають з нової сторінки. Тексту підрозділів може передувати передмова з коротким описом вибраного напрямку досліджень. У кінці кожного розділу необхідно подавати стислі висновки, які потім у розширеному вигляді будуть вміщені у загальні висновки.

**NB! Треба враховувати той факт, що обсяг підрозділів не може бути менше 6-7 сторінок!**

У **теоретичному розділі**, проаналізувавши стан розробки проблеми, у висновках зазначаються основні терміни та дефініції, що прийняті за робочі в цьому дослідженні.

У **практичному розділі** до висновків виносяться головні положення й узагальнення, до яких студент доходить на основі власного аналізу практичного матеріалу із залученням теоретичних концепцій, обраних для дослідження в теоретичному вигляді. Ідеальне співвідношення теоретичного й практичного розділів у кваліфікаційній роботі має бути 1:1, або аналіз теоретичного чи практичного матеріалу може трохи (на 10-20%) переважати.Виклад матеріалу в основній частині підпорядкований провідній ідеї, чітко визначеній і сформульованій автором у назві роботи**.**

Також один із підрозділів практичного розділу повинен містити репрезентацію власного творчого портфоліо.

**Висновки.** *У висновках* викладаються найбільш важливі наукові й практичні результати, одержані в роботі, які повинні містити розв’язання проблеми, сформульованої в пункті Вступу (див. мета й завдання).

У першому абзаці висновків коротко формулюється стан розробки питання в науці. Далі містяться результати, отримані в практичному розділі, які репрезентують один із можливих аспектів розв’язання цієї проблеми завершеною роботою.

Також зазначаються методи вирішення поставленої проблеми, їх практичний аналіз, порівняння з відомими до того аспектами дослідження цієї проблеми. У висновках необхідно наголосити на якісних і кількісних показниках здобутих результатів, обґрунтувати достовірність результатів, викласти рекомендації для їх використання.

**Список використаних джерел** варто розміщувати в алфавітному порядку, оскільки це спрощує пошук джерела в списку літератури. Бібліографічний опис джерел складають відповідно до чинних стандартів з бібліотечної та видавничої справи. Зокрема, потрібну інформацію можна одержати із таких джерел: «ДСТУ 8302:2015 Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» [7]. Детальніше про оформлення позатекстових бібліографічних посилань у списку використаних джерел йтиметься у Розділі 3 цього видання.

**Додатки***.* За необхідністю до роботи включають *додатки (*приклад у Додатку Ж). До цього структурного елемента входить матеріал, який допоможе повніше сприймати теоретичні положення або містить практичні приклади:

* різноманітні таблиці, формули, рисунки, дані статистичних опитувань, тощо;
* ілюстрації до практичного розділу – приклади документів, комунікаційних, інформаційних матеріалів;
* диски з аудіо- та відеоматеріалами, які будуть демонструватися під час захисту.

У додатках до кваліфікаційної роботи бакалавра може подаватися графічна, візуальна інформація, яка займає більше половини сторінки і не була розміщена у тексті пояснювальної записки. Також додатках розміщуємо власне творчий проєкт, перелік матеріалів портфоліо; можуть бути представлені кращі зразки матеріалів із портфоліо студента/ки; ксерокопії наукових публікацій, дипломів, сертифікатів автора/ки тощо.

**Summary (реферат) англійською мовою.**

**Обсяг реферату англійською мовою (Summary): 200-250 слів (до  
 1500 знаків**, враховуючи артиклі та пробіли).

Реферат має бути написаний **правильною англійською мовою**, з урахуванням особливостей орфографії та граматики (британська або американська англійська, але не суміш обох). Неприпустимо подавати його перекладеним лише за допомогою комп’ютерних перекладачів.

**Структура Summary.**

Необхідно чітко вказати:

* прізвище автора, назву роботи.
* **мету** дослідження (goal of the study) та завдання (aims);
* **методи (methodology)** – вказати, як саме було застосовано певні методи; тобто розкрити сам механізм проведеного дослідження – яким чином було отримано його результати (how the study was done);
* головні **результати** і **висновки** дослідження **results/ findings** and **conclusions**), з яких має бути зрозумілою їх значимість (**significance**) для науки, суспільства, освіти тощо (здобутий новий цінний фактаж; виявлені нові взаємозв’язки та закономірності; підтверджені чи спростовані певні гіпотези тощо).

Усі названі складові реферату мають чітко ідентифікуватися. Для цього рекомендуємо вживати слова: main objective(s)/ goal/ aims of the study, methodology, results, findings, conclusions, significance.

За необхідності, можна на початку реферату вказати одним реченням актуальність дослідження (relevance of the study), якщо вона не є очевидною з назви, мети чи висновків дослідження.

**Ключові слова (Keywords).** Після реферату потрібно вказати 5-8 ключових слів, розділяючи їх комою та виділяючи напівжирним шрифтом.

Добираючи ключові слова, врахуйте, що вони мають сприяти пошуку Вашої роботи в електронних каталогах.

Приклад Summary подано в Додатку И.

**Декларація академічної доброчесності.** Наявність цієї складової зумовлена необхідністю вироблення у молодих науковців навичок академічної доброчесності та професійної етики та попередження випадків академічної недоброчесності. Нагадаємо, що основні правила академічної доброчесності та порушення, яких треба уникати, містяться в уривках зі Ст. 42 Закону України «Про освіту» (див. Додаток К).

Після ознайомлення з цим документом Декларація заповнюється студентом та його науковим керівником в електронному або письмовому вигляді. Приклад цього документа – у Додатку Л.

**2.2 Кваліфікаційна робота бакалавра творчого (проєктного) типу**

Кваліфікаційна робота бакалавра *проєктного типу* містить обов’язкові елементи, які мають бути розміщені в певній послідовності:

1. Титульна сторінка.
2. Зміст.
3. Завдання.
4. Реферат.
5. Вступ.
6. Розділ 1 – це ініціація проєкту, що містить:

* клієнтський бриф (за наявності);
* аналітичний блок (дослідження, необхідні для визначення проблеми, аналіз стейкхолдерів та визначення цільових аудиторій, аналіз внутрішньої ситуації організації та конкурентного середовища);
* визначення мети та завдань проєкту;
* цільова аудиторія проєкту, портрет споживача;
* календарний план реалізації проєкту;

6. Розділ 2 – імплементація проєкту та оцінка його ефективності. Містить:

* стратегію проєкту;
* креативний бриф;
* виробничий пакет матеріалів (рекламні та PR-продукти);
* оцінка ефективності проєкту.

7. Висновки.

8. Список використаних джерел

9. Додатки.

10. Summary (реферат англійською мовою).

11. Декларація академічної доброчесності.

Особливості змістового наповнення вищеперерахованих структурних елементів дивіться у попередньому підрозділі 2.1. Що стосується розділів 1 та 2, то цей тип кваліфікаційної роботи має свою специфіку.

Творчим проєктом, що виноситься на захист, може бути соціальна комунікаційна (рекламна чи PR) кампанія на актуальну тематику, спланована і реалізована. Проєкти можуть бути індивідуальними і груповими.

Найцікавішим у комунікаційній кампанії є частина, пов’язана із креативом. Проте, перш ніж дійти до комунікації ключового повідомлення та креативу в сенсі його подачі, варто пам’ятати про логічний ланцюжок, що цьому передує. У бізнесі цей ланцюжок передбачає розробку комунікаційної кампанії виходячи з бізнес-стратегії (та плану її виконання), маркетингової стратегії (та плану її виконання) побудованої на бізнес-стратегії, й лише потім – комунікаційної стратегії (та плану її виконання, частиною якого можуть бути одна або кілька комунікаційних кампаній).

Отже, весь ланцюжок включатиме:

* з’ясування суті (реформи / зміни) або ж проблеми, що потребує вирішення та вимагає зміни поведінкової моделі;
* визначення мети кампанії (що саме ми ставимо на меті пояснити та/або яка модель поведінки є очікуваною);
* визначення цільових аудиторій (кого зачіпає / кого стосується / кого торкнуться зміни);
* розробка ключового повідомлення (їх кількість, як правило, дорівнює кількості цільових аудиторій);
* вибір оптимальних каналів донесення ключових повідомлень до різних цільових аудиторій;
* забезпечення можливості зворотного зв’язку;
* ключові показники, яких бажано досягти (мають бути визначенні на етапі формулювання мети інформаційної кампанії);
* визначення методів оцінки ефективності кампанії (заміри ключових показників);
* оцінка ресурсів кампанії («ресурсна карта» та «карта відповідальності»);
* визначення часових меж кампанії (може бути пов’язано з прийняттям відповідного законодавства);
* планування кампанії;
* проміжне оцінювання, якщо таке необхідне (стосується довготривалих кампаній);
* імплементація кампанії.

Починати варто з брифу. У брифі необхідно вказати: загальну інформацію, мету інформаційної кампанії, цільові аудиторії, єдине повідомлення, які емоції мають викликати, який інформаційний продукт потрібен, наявний бюджет, обов’язкові елементи візуальної ідентифікації.

Варто звернути увагу на такі ключові моменти: реформи / законодавство / статистика / опитування / дослідження тощо.

На цьому етапі логічно скористатись *SWOT-аналізом* (внутрішні сильні та слабкі сторони, зовнішні можливості та загрози) та аналізом PESTEL (політичний, економічний, соціальний, технологічний, екологічний, правовий фактори).

*Визначити цілі комунікації*. Для визначення цілей варто використовувати модель SMART (конкретні, вимірювані, точні, реалістичні, із конкретними часовими межами).

*Чітке формулювання мети кампанії.* Чого ви хочете досягти? (наприклад, підвищити обізнаність з того чи іншого питання, розширити / збільшити групи підтримки, забезпечити підтримку вашій петиції на ваших сторінках в соціальних мережах, посилити та/або продовжити поточні комунікаційні кампанії (коли ваша інформаційна кампанія є частиною більшої, парасолькової кампанії (#EuropeStartsWithU, #StrongerTogether, #MovingForwardTogether, #EUI\_Power\_of\_Opportunities).

*Методи реалізації задуму.* Як ми хочемо досягти того, щоб аудиторія думала і відчувала так, як нам потрібно? Бажано перерахувати всі можливі відповіді, оскільки вони так чи інакше будуть пов’язані зі зміною настроїв та поведінки аудиторії. Почуття також важливі, оскільки можуть дати поштовх до зміни тональності комунікації, перегляду контенту тощо.

*Визначити свої цільові аудиторії.* Ідеально, якщо ви можете намалювати об’єднаний портрет цільової аудиторії з врахуванням демографічних, поведінкових та інших характеристик.

*Визначитися з партнерами*. Як свідчить практика, можна отримати бажану партнерську допомогу, пропонуючи щось натомість (як варіант – подібну партнерську допомогу).

Обрати оптимальні для своїх цільових аудиторій канали комунікації.

*Визначитися з ключовими повідомленнями*. Про що говоримо, а про що – ні:

* визначити проблеми, які можна вирішити; знайти/або відзняти/прописати та додати фото про історії успіху – вони гарно працюють та додають кампанії позитивної тональності;
* дамо собі відповіді на запитання, чому цільова аудиторія має змінити думку, які саме комунікаційні акценти можуть спонукати її це зробити;
* придумаймо цікавий хештег;
* запросимо відомих людей або залучимо лідерів думок.

*Визначитися з тональністю*. Спосіб створення вражень залежить від атмосфери, що складена візуальними та словесними інструментами та суттю контенту, який цими інструментами передається. Це має бути пояснено всім дизайнерам, редакторам, копірайтерам як настанови до створення контенту.

*Визначитися з часовими межами кампанії.* Тривалість інформаційної кампанії напряму залежить від її мети (якщо маєте на меті просто поінформувати, може бути досить і одного місяця, на зміну ж поведінки знадобиться набагато більше часу – від трьох-шести місяців).

Дата початку кампанії повинна бути запланована наперед шляхом розрахунку часу у зворотному напрямку (залежно від того, на що скільки часу знадобиться). Все має бути розписано до дрібниць: коли має бути готовий контент для верстки, коли має з’явитись перший макет, скільки часу займе погодження макету всередині організації та/або з врахуванням необхідних погоджень із партнерами, дата завантаження матеріалу на он-лайн ресурс та його заплановане (можливо – автоматично) поширення соціальними мережами. Кількість часу, необхідного для кампанії, також залежить від наявних ресурсів, бо що їх більше, то швидше можна завершити процес підготовки та запуску інформаційної кампанії. Тут ми не говоримо про прискорення інформаційної кампанії за більшої кількості наявних ресурсів, бо це не завжди потрібно, адже бажані поведінкові моделі мають визріти та стати новою нормою поведінки, а на це потрібен час.

*Оцінюємо ресурси*:

* 1. Людські й технічні (свої та партнерів).
  2. Зовнішні: контрагенти, субпідрядники, поліграфії тощо.
  3. Підтримка волонтерів, обмін послугами тощо.
  4. Оцінка реалістичності бюджету для кампанії.

Інша важлива інформація, яка повинна бути врахована та має бути зазначена, наприклад: державні свята, відпустки чи бюрократія впливатимуть на робочий процес; за необхідності – з’ясування питань інтелектуальної власності / авторського права.

Варто дотримуватися таких орієнтовних етапів роботи над проєктом:

* розробити виробничий пакет (макети реклами, сценарії відеореклами тощо);
* визначитися з формами залучення цільової аудиторії (як ми хочемо, щоб аудиторія реагувала?);
* визначити всі точки зв’язку, які ми надаємо цільовій аудиторії для взаємодії з контентом (поширювати, ставити запитання й давати на них відповіді);
* можна скористатися інструментами, що дають прямі відповіді: вебсайти, дії з поширювання в соціальних мережах, додавання тегів, коментування тощо;
* критеріями ефективності, передусім є, бажання цільових аудиторій взяти участь у такій кампанії, щоб контент активно «шерили»;
* реалізувати комунікаційну (рекламну, PR) кампанію (безпосередньо процес реалізації);
* підбити підсумки та виміряти результативність інформаційної кампанії (враховуючи завдання кампанії SMART (конкретні, вимірювані, точні, реалістичні, із конкретними часовими межами).

**Комунікаційні продукти, які можуть бути представлені у виробничому пакеті:**

*Для рекламних проєктів:*

* пости, відео, рекламні формати в соціальних мережах;
* друкована реклама;
* аудіореклама;
* відеореклама;
* реклама в інтернеті (SEO-текст, контекстна, банерна реклама);
* макети зовнішньої реклами та поліграфічної продукції;
* розроблена айдентика торговельної марки;
* брендбук;
* гайдлайн;
* інші матеріали відповідно до змісту проєкту.

*Для PR-проєктів:*

* пости або відео у соціальних мережах;
* прес-анонс, прес-реліз, пост-реліз;
* бекґраундер;
* заява для ЗМІ;
* Q&A;
* факт-лист;
* ньюзлеттер;
* запрошення;
* промова для публічної особи;
* кейс-сторі;
* лист-пропозиція, лист-подяка;
* тексти для соціальних мереж (скріншоти);
* відеопродукти;
* подкасти;
* PR-документація, необхідна для роботи з медіа, спонсорами, партнерами;
* фотоматеріали;
* звіти з проактивностей;
* текстові матеріали (скановані чи надруковані);
* сценарії заходів, програм, акцій, тренінгів;
* брошури, книги та інша поліграфічна продукція;
* інші матеріали відповідно до змісту проєкту.

Подані на захист комунікаційні продукти мають у повному обсязі розкривати творчий задум проєкту. Оптимальна кількість створених / підготовлених студентом матеріалів, реалізованих у проєкті і представлених у роботі – 10. Бажано, щоб у роботі був представлений відгук замовника рекламної або PR-комунікації, оформлений належним чином.

Проєктна частина є основою обов’язкової презентації проєкту на захисті кваліфікаційної роботи. Обсяг презентації – 12-17 слайдів. Середній загальний обсяг творчої кваліфікаційної роботи – 45-50 сторінок.

Також допускаються до захисту змішані творчі рекламні і PR-проєкти. У таких випадках творчі задуми мають бути попередньо детально обговорені з керівниками проєктів.

**Найтиповіші помилки, яких припускаються студенти під час написання кваліфікаційних робіт:**

1. Зміст роботи не відповідає плану кваліфікаційної роботи бакалавра або не розкриває тему цілком чи в її основній частині.

2. Сформульовані розділи (підрозділи) не відповідають меті та завданням роботи.

3. Мета дослідження не пов’язана з проблемою, сформульована абстрактно і не відбиває специфіки об’єкта і предмета дослідження, або ж взагалі відсутня.

4. Робота є плагіатом з мережі інтернет, або є компіляцією 2-3 авторів.

5. Розділи роботи жодним чином не пов’язані між собою і є скоріше окремими дослідженнями, ніж частиною цілісного дослідження.

6. Не зроблено аналізу сучасних джерел літератури, нової спеціальної літератури (останні 5–10 років) з теми дослідження.

7. Робота не є аналітичною, а описовою, без висновків та власної думки студента.

8. Кінцевий результат не відповідає меті дослідження, висновки не відповідають поставленим завданням.

9. У роботі немає посилань на першоджерела або вказані не ті, з яких взято матеріал.

10. Дотримано не всі вимоги до оформлення .

11. Бібліографічний опис джерел у списку наведено довільно, без додержання вимог державного стандарту.

розділ 3

ВИМОГИ ДО оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра

Під час написання наукових робіт будь-якого рівня студент має обов’язково посилатися на авторів і джерела, які він використав у роботі. У сучасному науковому просторі актуальним є питання запобігання академічного плагіату (див. ст. 42 Закону України «Про освіту», Додаток К), що поширюється на всі види робіт здобувачів вищої освіти. У разі виявлення використаного запозиченого матеріалу в чернетці роботи без посилання на автора або джерело керівник має право не допуститироботу до захисту.

У кваліфікаційній роботі бакалавра треба стисло, логічно й аргументовано викладати зміст і результати дослідження, уникати загальних слів, бездоказових тверджень і тавтології. Кваліфікаційну роботу подають у вигляді спеціально підготовленого рукопису в надрукованому вигляді, враховуючи правила оформлення, що будуть викладені у цьому розділі.

**Загальні вимоги.** Роботу друкують за допомогою комп’ютера на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210х297 мм) через міжрядковий інтервал 1,5 (полуторний), шрифт – Times New Roman (TNM) 14.

Обсяг основного тексту кваліфікаційної роботи (від початку до останньої сторінки висновків) має бути – 45-50 сторінок. Кількість використаних джерел має складати 30-40 наукових джерел (навчальні посібники, монографії, автореферати дисертацій, наукові статті тощо). Звертаємо увагу, що аналізовані у практичному розділі інформаційні матеріали до списку використаних джерел не входять, посилання на них робиться у круглих дужках у тексті роботи.

Текст необхідно друкувати, залишаючи береги таких розмірів: лівий –   
25 мм, правий –15 мм, верхній –20 мм, нижній –20 мм.

Шрифт має бути чітким, друкарські помилки, описки, графічні неточності можна виправляти методом зафарбовування білою фарбою (коректором). Кількість виправлень – не більше **двох** на сторінці.

*Нумерацію сторінок* кваліфікаційної роботи подають арабськими цифрами без знака № у правому верхньому куті. Першою сторінкою роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок, але номер не проставляють. Другою – зміст, який також рахується, але не нумерується. Нумерацію починають із першої сторінки вступу, проставляючи у правому верхньому куті арабську цифру без крапки в кінці.

Варто звернути увагу і на *мовностилістичне оформлення тесту* бакалаврського дослідження. Текст у кваліфікаційній роботі має бути викладеним у науковому стилі. Науковий стиль характеризують такі складові: змістовна логічність, цілісність, об’єктивність, лаконічність, ясність, зрозумілість, завершеність, доказовість суджень. Науковий стиль також передбачає вживання в тексті наукової термінології. Також зверніть увагу, що текст роботи не має містити розмовних конструкцій, риторичних запитань, вигуків, діалектизмів, просторіч, публіцистичних елементів!

Текст викладається безособовими конструкціями, наприклад: *вважаємо, на нашу думку.* Найважливішими засобами логічного зв’язку є спеціальні функціонально-синтаксичні конструкції, що вказують послідовність розвитку думки. Наприклад, для відображення причинно-наслідкових зв’язків треба використовувати такі вислови: *тому; відповідно до чого; внаслідок того, що; у зв’язку з тим, що; крім цього* та ін. Вислови *перш ніж вказати на; варто розглянути* та ін. треба застосовувати для переходу до іншої думки.

Висновки, як правило, починаються з таких зворотів: *таким чином; отже; проведене дослідження дозволило зробити такі висновки; сказане вище дозволяє констатувати, що…; дослідження засвідчило, що; узагальнюючи, варто означити* та ін. Характерними для наукового стилю є речення з чіткими синтаксичними зв’язками, наприклад: *відповідно до; згідно з; у результаті; зважаючи на…; порівняно з…*та ін.

Обов’язковою вимогою об’єктивності викладу матеріалу є джерело, на яке посилається студент. У цьому випадку треба вживати такі слова й словосполучення як: *на думку…; за такими даними, як зазначає дослідник…* та ін. Науковий стиль передбачає також широке використання пасивних конструкцій, наприклад: *з’ясовано необхідні умови; розглянуто; проаналізовано, обґрунтовано* та ін.

Типовими елементами мовностилістичного оформлення кваліфікаційної роботи є також такі конструкції: *«Актуальність дослідження визначається...» «Аналіз праць із питань… [1, 3, 7], засвідчив, що…». «Мета дослідження полягає в…» «Завдання дослідження зумовлені його метою і передбачають: охарактеризувати….; визначити…; дослідити…; з’ясувати…». «Поставлена мета передбачає розв'язання таких завдань...». «У роботі застосовано такі методи...». «Практичне значення дослідження полягає...». «Одержані результати дослідження полягають у тому, що…». «Дослідження... показало (продемонструвало, засвідчило), що…». «Результати дослідження засвідчили, що…». «На підставі аналізу досягнень…» «Результати порівняльного аналізу засвідчили, що…».*

Також у роботі мають бути правильні *скорочення*: «століття» – «ст.», «рік» – «р.». Важливо, щоб у всій роботі ті самі слова були скорочені однаково. «Місто» та «область» можна позначати як «м.» та «обл.». Фразу «та інше» скорочують до «та ін.» лише наприкінці речення. Замість «і тому подібне» (русизм) треба вживати «тощо».

*Числівники* від 1 до 9 рекомендується писати словами, а починаючи з 10 – цифрами (наприклад: «друга і третя рубрики», «п’ять публікацій», але «15 тем», «47 заміток»).

*Прізвища дослідників* у теоретичній частині треба згадувати так: один ініціал плюс прізвище (наприклад, «дослідник О. Коцарев»). Для *оформлення ненумерованих списків* у тексті роботи використовується лише маркер – (тире).

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| Питання функцій стандартизації найповніше розглядає І. Палеха, розподіливши їх таким чином:   * цивілізуюча; * інформаційна; * документуюча; * ресурсозберігаюча; * соціокультурна… |

Окремі елементи кваліфікаційної роботи мають свої особливості оформлення. Розглянемо детальніше особливості оформлення змісту, заголовків і посилань на використану літературу.

Так, *зміст роботи* треба набирати 14 розміром шрифту із міжрядковим інтервалом 1,5. Саме слово «зміст» набирають повністю великими (прописними) жирними літерами, вирівнюють по центру. Далі через один інтервал друкують власне текст світлими малими (рядковими) літерами. Кожний новий рядок друкують без абзацу, а рядки з підрозділами – з абзацу (стандартного – 1,25). У кінці кожного рядка крапками проводять лінію до цифр, що позначають сторінки.

Для того, щоб зміст був оформлений акуратніше, застосовують таблицю з двома стовпчиками. У лівому стовпчику друкують елементи змісту (вступ, розділи тощо) і лінії з крапок, а в правому – номери сторінок, на яких вони розміщені. Текст вирівнюють ліворуч, цифри – праворуч, задають рамки таблиці прозорими. У властивостях таблиці, у вкладках «Таблиця» → «Параметри» виставляють нульові значення для всіх берегів комірок (приклад виготовленого у такий спосіб змісту див. Додаток Б).

**Оформлення заголовків і підзаголовків.** Заголовки структурних розділів кваліфікаційних робіт: **«ЗМІСТ», «ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ 1», «РОЗДІЛ 2», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ»** друкують великими напівжирними літерами і відцентровують щодо тексту. Кожну з цих структурних частин роботи треба починати з нового аркуша.

Текст підрозділів з нового аркуша не починається. Назви підрозділів друкують малими літерами (крім першої великої) з абзацного виступу, вирівнюють за шириною, виділяють жирним шрифтом. Між ними й основним текстом роботи має бути один міжрядковий інтервал.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **РОЗДІЛ 1**  **ІНФОРМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ**  **В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**   * 1. **Інформаційні послуги в добу диджиталізації**   У сучасному світі посилюється вплив інформації на життя людини, суспільство розвивається в напрямку інформатизації, тож з кожним днем зростає роль інформації, з’являються нові товари та послуги в цій сфері. |

Крапку в кінці заголовків і підзаголовків не ставлять. Через пробіл після підрозділу починають друкувати текст. Якщо заголовок складається з двох речень, між ними ставиться крапка.

**Посилання на додатки чи малюнки, схеми і формули. У разі аналізу інформації, розміщеної у додатках чи поданої у вигляді** малюнків, схем і формул у тексті чи додатках, на неї посилаються таким чином.

*Наприклад:* (Додаток А) чи (Схема 1)

**Оформлення таблиць. Таблиці застосовують для уточнення та зручності порівняння показників. Систематизований цифровий матеріал подається у формі статистичних таблиць, які спрощують порівняння та аналіз даних. Якщо виникла необхідність навести в тексті таблицю, вирівнюючи по правій стороні аркуша, пишуть «Таблиця» і ставлять її номер. Номер таблиці складається з номеру розділу та порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою «Таблиця 1.1». Назву таблиці друкують маленькими напівжирними (крім першої великої) та розмішують над таблицею посередині.**

**Підпорядковуючись принципу компактного та раціонального викладення матеріалу, необхідно дотримуватись певних правил технічного оформлення таблиць, зокрема:**

* **назва таблиці, заголовки рядків і граф мають бути чіткими, лаконічними, без скорочень; у назві таблиці треба уникати слів «значення, величина, розрахунок»; обов'язковим є зазначення об'єкта, його часової і географічної ознак;**
* **заголовки підрозділів починаються з великої літери (їх вказують в однині (рік, країна, елемент), одиниці вимірювання** – **з використанням загальноприйнятих скорочень, іноді для них відводиться окрема графа); якщо одиниця вимірювання спільна для всіх наведених у таблиці даних, її вказують над таблицею;**
* **якщо рядки чи графи таблиці виходять за формат сторінки, її частину можна перенести на наступну сторінку (тоді в першій частині таблиці нижню горизонтальну лінію, яка її обмежує, не проводять; над наступною частиною пишуть «Продовження таблиці...»; заголовки граф (рядків) замінюють відповідними номерами граф (рядків);**
* **інформація, що міститься у рядках (графах) таблиці, узагальнюється підсумковим рядком «Разом» або «Загалом за сукупністю» (коли підсумковий рядок розміщується першим, то деталізація його подається за допомогою словосполучення «зокрема» або «з них»; при цьому можна подавати перелік не всіх, а лише визначальних складових);**
* **числа, по можливості, необхідно округляти у межах одного і того самого рядка чи графи обов’язково з однаковим ступенем точності;**
* **відсутність даних у таблиці позначається відповідно до причин:**

**а) якщо клітинка таблиці, передусім підсумкова, не може бути заповнена, ставиться знак «х»;**

**б) коли відомості про явище відсутні, ставиться три крапки «...» або «від.»;**

**в) відсутність самого явища позначається тире («**–**»);**

**г) дуже малі числа записуються (0,0) або (0,00).**

**Якщо потрібна додаткова інформація, певні уточнення цифрових даних, до таблиці додається примітка.**

**Узагальнення за даними таблиці пишуть у такий спосіб: *«за даними таблиці…»; «за результатами аналізу даних таблиці...»* тощо. Іноді таблиця є безпосереднім продовженням викладеного матеріалу і граматично пов’язана з увідною фразою тексту. Тоді використовують спрощені таблиці-висновки без заголовка. Узагальнені числові дані, які наводяться в таблицях, діаграмах, графіках, схемах, треба зазначити точно та аргументовано, з посиланням на відповідні джерела чи власні обчислення.**

**Приклад оформлення таблиці наведено нижче:**

|  |
| --- |
| **Таблиця 1.1**  **Палітри для основних кольорів у колірній моделі RGB**  image2  **Джерело: Таблиці в текстовому документі. Вправи. URL :** <https://informatik.pp.ua/zavdannia/tekstovyi-protsesor/tablytsi-v-tekstovomu-dokumenti-vpravy>  **Або [34, с. 12].** |

**Оформлення малюнків, схем і формул у тексті.** Великі малюнки, схеми, формули (1/2 сторінки і більше) **виносяться у додатки** із загальною нумерацією. Ілюстрації обсягом менше півсторінки розміщуються в тексті роботи при їх згадуванні.

Усі графічні матеріали звіту (ескізи, діаграми, графіки, схеми, фотографії, рисунки тощо) мають бути однаково підписані «Рис.». Рисунок подають одразу після тексту, де вперше посилаються на нього, або якнайближче до нього на наступній сторінці, а за потреби (великі розміри чи технічні складнощі розташування – у додатках до роботи. Рисунки нумерують наскрізно арабськими цифрами. Рисунки необхідно нумерувати в межах кожного розділу: номер рисунка складається з номера розділу та порядкового номера рисунка в цьому розділі, які відокремлюють крапкою, наприклад, «Рис. 3.2» – другий рисунок третього розділу. **Назву рисунка друкують з великої літери та розміщують під ним посередині рядка:**

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| Порівняємо оформлення правил в обох стандартах – ДСТУ 3582:2013 та ДСТУ 3582-97 (рис.2.1):    Рис. 2.1. Оформлення правил у стандартах ДСТУ 3582:2013 та ДСТУ 3582-97 відповідно |

**Додатки** дозволяють більш виразно представити роботу, містять додаткову інформацію у вигляді рисунків, схем, інформаційних матеріалів, документів із баз практики або розроблені самими студентами під час практик, що допомагають проілюструвати дослідження.

Додатки нумеруються великими літерами української абетки, крім літер Ґ, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь.

Додаток має бути із заголовком, надрукованим вгорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком великими напівжирними літерами має бути надруковано слово «**ДОДАТОК**» і велика літера, що позначає додаток. Після цього з нового рядка має бути назва додатку.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| **ДОДАТОК А**  **Портфоліо** |

У разі великої кількості додатків, якщо вони згруповані за тематикою, дозволяється використання позначень **Додаток А.1, Додаток А.2** тощо.

**Оформлення посилань на використану літературу.** Під час використання матеріалів будь-яких авторів (як теоретичного, так і практичного характеру) необхідно посилатися на джерело інформації. У наукових роботах існують внутрішньотекстові (безпосередньо після цитування чи згадування) та позатекстові (наприкінці роботи) посилання.

*Посилання у тексті роботи* має бути в квадратних дужках, де перша цифра – номер джерела у списку, а друга – номер сторінки із позначкою с.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| В. Варенко зазначає, що зростання ролі ІАД в сучасному суспільстві зумовлене «…насамперед неконтрольованим розвитком усіх процесів і явищ як в економіці, так і в політиці, так і в суспільному житті» [1, с. 11]. |

У разі посилання на весь підручник (статтю, електронне джерело тощо) та при непрямій цитаті, тобто перефразуванні думки іншого автора, номер сторінки може не вказуватися.

*Наприклад:*

|  |
| --- |
| Досліджуючи сфери застосування інформаційно-аналітичних документів, Н. Вовк у своїй статті виокремила основні: інформаційна, бібліотечна, сфера управління, зокрема державного, сфера міжнародних відносин, сфера науково-технічних послуг [3]. |

Якщо числа в квадратних дужках стоять через крапку з комою – [24; 35; 38], або [24, с. 21; 35, с. 32; 38, с. 23], це вказує на те, що згадується кілька різних авторів, розташованих у алфавітному порядку у списку використаних джерел, або йде посилання на кілька праць одного автора, при цьому можуть указуватися чи не указуватися сторінки.

**Позатекстові посилання наводять як перелік бібліографічних записів і розміщують наприкінці основного тексту кваліфікаційної роботи (висновків) як *«Список використаних джерел»*.**

**Список подається з нової сторінки і складається за українським алфавітом, наприкінці списку подаються іноземні джерела за англійським алфавітом (загальний алфавіт прізвищ авторів та (або) назв книг і статей). Нормативно-законодавчу базу, інтернет-ресурси розміщують паралельно з друкованими джерелами за алфавітом. Кожний бібліографічний опис у списку отримує порядковий номер і починається з відступу. Список використаних джерел у** кваліфікаційній **роботі має складатися з 30-40 позицій. У тексті обов’язково мають бути посилання на кожне джерело, зазначене в бібліографічному списку!**

Обов’язковий компонент будь-якого бібліографічного опису: автор, назва виданння, місто виходу видання, рік, кількість сторінок (або, якщо це частина видання, – сторінки відповідної статті, частини книги тощо). Скорочень у назві міста не допускають – треба подавати його повну назву. Після назви міста треба обов’язково поставити пробіл. Тоді – двокрапку, назву видавництва, кому, рік виходу, крапку та кількість сторінок.

Інші компоненти, які можуть зустрічатися в бібліографічних описах, – пояснення щодо різновиду видання (підручник, монографія, збірник наукових праць, словник тощо), прізвища укладачів, редакторів, перекладачів, вказівка серії видання та інше. Вони можуть бути оформлені за допомогою двокрапки, крапки з комою.

**Різні типи видань у списку використаних джерел оформляються за чіткими правилами, що з прикладами подаються в Додатку Ж.**

**РОЗДІЛ 4**

**захист кваліфікаційної роботи**

**ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ**

**Попередній захист роботи.** Попередній захист робіт проводиться кафедрою соціальних комунікацій та інформаційної діяльності не пізніше, ніж за місяць до початку роботи екзаменаційної комісії. Здобувач ступеня вищої освіти бакалавра має подати чернетку роботи та прозвітувати про стан її готовності до захисту.

Під час попереднього захисту кафедрою вирішується питання про допуск студента до подальшого захисту перед ЕК. За результатами засідання кафедри складається протокол, який передається до деканату.

**NB!** **Робота, яка не відповідає вимогам щодо змісту та оформлення, написана без дотримання затвердженого плану, не містить матеріалів конкретного дослідження, обґрунтованих пропозицій та портфоліо, до захисту не допускається.**

**Відгук і рецензування.** Після остаточної перевірки, внесення правок і дооформлення робота здається науковому керівникові для написання відгуку. У відгуку міститься характеристика напрямку дослідження, відзначаються здобутки і недоліки, співвідносяться задум і виконання. За умови завершеності роботи керівник повинен відзначити, що вона допущена до захисту.

Науковий керівник разом зі студентом визначають рецензента роботи. **Рецензентом може бути викладач іншої кафедри або профільного ВНЗ з науковим ступенем.**

Рецензія має містити оцінку роботи за прийнятою шкалою оцінки знань. Негативна рецензія не є підставою для недопущення роботи до захисту. Приклад рецензії див. Додаток Л.

**Нормоконтроль.** За умови остаточного завершення роботи науковий керівник ставить свій підпис на аркуші Завдання і допускає її до нормоконтролю.

**Нормоконтролером є визначений кафедрою викладач, який перевіряє оформлення роботи.** Він звертає увагу на якість виконання, дотримання норм у оформленні списку літератури і загальному вигляді роботи.

Науковий керівник має перед тим, як поставити підпис на чистовику роботи, вказати студентові на загальні недоліки **(в тому числі орфографічні та пунктуаційні!)** і вимагати їх виправлення, оскільки обов’язком нормоконтролера є визначення відповідності оформлення роботи вимогам, а перевірка грамотності та змістового наповнення покладається на наукового керівника. Підпис керівника на другому аркуші Завдання означає те, що робота стилістично, орфографічно і пунктуаційно правильна і допускається до нормоконтролю.

**Процедура захисту.** Згідно з Положенням [14], до захисту випускових кваліфікаційних робіт допускаються здобувачі вищої освіти, які виконали всі вимоги навчального плану та програм зі спеціальності, успішно пройшли попередній захист, на підставі наказу ректора.

**До публічного захисту ЕК допускаються роботи**, **які відповідають таким вимогам:**

1. Робота подана на кафедру:

1.1. У готовому переплетеному вигляді (робота подається у двох примірниках: перший – у твердій або термопалітурці (пружинне оправлення забороняється!); другий – на електронному носії (одним суцільним файлом). Електронна версія кваліфікаційної роботи бакалавра має бути ідентичною паперовій).

1.2. У встановлений термін.

1.3. За підписом та резолюцією завідувача кафедри, наукового керівника та нормоконтролера на Завданні роботи.

1.4. З особистим підписом у Завданні та Декларації академічної доброчесності.

2. У роботі наявні:

2.1. Відгук рецензента.

2.2. Бланк подання.

Кваліфікаційна робота має бути подана на кафедру **не пізніше, ніж за тиждень** до початку роботи Екзаменаційної комісії.

**Проведення засідання Екзаменаційної комісії при захисті випускної кваліфікаційної роботи включає**:

1) оголошення головою або членом Екзаменаційної комісії прізвища, імені та по-батькові здобувача вищої освіти, теми його випускної кваліфікаційної роботи;

2) доповідь здобувача вищої освіти про сутність випускної кваліфікаційної роботи, основні технічні (наукові) рішення, отримані результати та ступінь виконання завдання.

Для публічного виступу студенту надається 10 хвилин. Виступ студента на відкритому засіданні ЕК із захисту кваліфікаційної роботи має містити в собі:

* чітке формулювання проблеми;
* обґрунтування її актуальності;
* викладення автором основних результатів та/або практичних рекомендацій, сформульованих в результаті дослідження.

Доповідь починається словами: «Шановний (-а) пане (-і) Голово! Шановні члени Екзаменаційної комісії та присутні! На ваш розгляд пропонується кваліфікаційна робота бакалавра на тему: .........», і завершується словами: «Дякую за увагу. Доповідь закінчено».

Основну увагу в доповіді (не менше 70% часу) має бути відведено практичній та проєктній частині, висновкам і рекомендаціям, сформульованим за результатами дослідження. Можна запропонувати приблизно такий розподіл часу:

Вступ, тема роботи, її актуальність та обґрунтування вибору – 2 хв.;

Коротка характеристика роботи і перелік її структурних частин – 2 хв.;

Викладення теоретичної концепції та практичних результатів роботи – 4 хв.;

Висновки і пропозиції – 3 хв.

В с ь о г о .......................................................................................... 10 хв.

При цьому можуть використовуватися різні форми візуалізації доповіді: графічний матеріал випускної кваліфікаційної роботи, визначений завданням до підготовки випускної кваліфікаційної роботи, слайди,мультимедійні проєктори, аудіо-, відеоапаратура тощо.

**Рекомендована структура мультимедійної презентації** (15-20 слайдів):

1-й слайд – тема кваліфікаційної роботи бакалавра, прізвище доповідача та керівника, рік захисту;

2-й слайд – актуальність теми роботи та проблема дослідження;

3-й слайд – об’єкт, предмет,

4-й слайд – головна мета та завдання бакалаврського дослідження;

5-й слайд – методи дослідження.

На наступних слайдах відображається опис даних, які отримані в дослідженні, їх обґрунтування, у тому числі з використанням наочних матеріалів.

На останніх одному-двох слайдах відображаються загальні висновки та рекомендації до впровадження результатів кваліфікаційної роботи.

3) члени ДЕК ставлять запитання студентові щодо змісту роботи;

4) виголошення рецензії на випускну кваліфікаційну роботу; відповіді здобувачів вищої освіти на зауваження рецензента;

5) виступ керівника випускної кваліфікаційної роботи із відгуком – характеристикою роботи випускника в процесі підготовки випускної кваліфікаційної роботи;

6) оголошення голови Екзаменаційної комісії про закінчення захисту.

Відповідно до розподілу часу складається конспект доповіді. Наявність конспекту гарантує ясність і чіткість виступу. Проте читати конспект під час захисту не рекомендується: текст потрібен тільки для підготовки до виступу. Дозволяється зачитувати лише висновки і пропозиції.

Захист роботи відбувається успішно за наявності наочних ілюстративних матеріалів: схем, таблиць, графіків, діаграм, які складаються на основі найбільш важливих цифрових даних, отриманих із результатів експериментального дослідження й аналізу діяльності підприємства, організації, установи.

По закінченні виступу необхідно уважно вислухати і записати запитання і зауваження членів ЕК або інших присутніх на захисті осіб та підготувати вичерпні відповіді.

Після відповіді на запитання одним із членів ЕК (або самим рецензентом, в разі його присутності) зачитується рецензія на кваліфікаційну роботу. Студент має дати аргументовану відповідь на зауваження рецензента та пояснити зазначені у рецензії недоліки.

Під час захисту ведеться протокол засідання. Окремо відзначається думка членів ЕК про практичну цінність і рекомендації щодо використання пропозицій автора. Загальний час захисту кваліфікаційної роботи не має перевищувати 20-25 хвилин у середньому на одного студента.

**Оцінювання випускових кваліфікаційних робіт**

Рішення Екзаменаційної комісії про оцінку знань, виявлених при захисті кваліфікаційної роботи, приймається на закритому засіданні комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів комісії, котрі брали участь у засіданні. При однаковій кількості голосів, голос Голови є вирішальним. Результати захисту кваліфікаційних робіт оголошуються у цей же день після оформлення протоколів засідання Екзаменаційної комісії. Рішенням ЕК можуть бути відзначені кваліфікаційні роботи, які демонструють теоретичне або практичне значення.

Випускники, які одержали під час захисту незадовільну оцінку, відраховуються з вищого навчального закладу, отримуючи академічну довідку. До повторного захисту кваліфікаційна робота може бути подана через рік або протягом трьох років після закінчення навчання у вищому навчальному закладі.

Студенти, які виявили здібності до наукової діяльності та захистили кваліфікаційну роботу на «відмінно», можуть бути рекомендовані Екзаменаційною комісією до вступу в магістратуру. Після захисту кваліфікаційна робота передається на зберігання до архіву.

Результати захисту випускних кваліфікаційних робіт оцінюються за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС і національною шкалою оцінювання («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).

При оцінюванні якості виконання студентом випускної кваліфікаційної роботи застосовуються такі **критерії:**

50 б. – основна частина кваліфікаційної роботи бакалавра (творчого проєкту):

* оригінальність (креативність) ідеї та обраної стратегії – 5 б.;
* рівень виконання поставлених завдань та досягнення визначеної мети – 15 б.;
* глибина аналітики, відповідність застосованих аналітичних та комунікаційних інструментів заявленій темі – 15 б.;
* логічність, послідовність, повнота викладення проєкту – 5 б.;
* оформлення творчої кваліфікаційної роботи згідно з чинними вимогами, дотримання граматичних та лексичних норм, оформлення бібліографії – 10 балів;

30 б. – презентація портфоліо;

20 б. – презентація результатів – захист творчої кваліфікаційної роботи (уміння студента подати результати своєї роботи, аргументовано і стисло викладати матеріал, чітко відповідати на запитання, свої аргументи викладати логічно, послідовно та повно).

**Власне портфоліо: вимоги, критерії оцінювання.**

**Матеріали портфоліо** – це рекламні та PR-матеріали, що вийшли за час всього навчання студента/ки на факультеті журналістики. Авторство повинне бути доведено. Для зручності цей перелік варто погрупувати за жанрово-видовими ознаками. Самі матеріали подавати у додатках.

**30 балів** студент/ка отримує, якщо в портфоліо буде представлений широкий спектр ґрунтовних матеріалів різних жанрів, тем і видів, презентовані різні навички роботи над матеріалами, дотримані морально-етичні норми та професійні стандарти. Портфоліо має налічувати не менше 20 авторських матеріалів високої якості.

**25  балів** студент/ка отримує за портфоліо, що містить не менше десяти авторських журналістських матеріалів на актуальні теми, різних жанрів і видів; демонструє різні навички роботи над матеріалами, що відповідають законодавчим нормам та професійним стандартам.

**20 балів** студент/ка отримує за портфоліо, що містить до десяти журналістських матеріалів різних жанрів і форм; демонструє обмежену кількість навичок роботи над матеріалами, є зауваження щодо дотримання законодавчих норм рекламної та ПР-діяльності та професійних стандартів.

**NB!** Варто відзначити, що **оцінка може бути знижена** при умові **неакуратного оформлення, наявності орфографічних, стилістичних, пунктуаційних помилок, порушення бібліографічних вимог, недостатньому обсязі, невчасному виконанні роботи!**

Згідно з вищезазначеними критеріями кваліфікаційні роботи бакалавра оцінюються таким чином:

**Відмінно – А (90–100 балів):** кваліфікаційна робота бакалавра виконана вчасно, самостійно, забезпечує повне розкриття теми. Вірно визначено предмет, об’єкт дослідження. Мета та завдання чітко окреслені та реалізовані у дослідженні. Автор використовує сучасний аналітичний та методологічний інструментарій. Робота містить елементи новизни та характеризується високою якістю і глибиною теоретико-методологічного аналізу, критичного огляду літературних джерел, наявністю наукової проблематики. Узагальнення і висновки базуються на якісно опрацьованій базі, що дозволяє чітко визначити авторську позицію. Представлені рекомендації автора мають практичну цінність, у роботі розроблені суттєві аспекти впровадження рекомендацій. Відгук і рецензія позитивні. Доповідь аргументована, проілюстрована яскравими наочними матеріалами, свідчить про формулювання власної думки студента щодо предмету дослідження та є логічною і повною. Відповіді на питання правильні та стислі.

**Добре – В (85–89 балів):** кваліфікаційна робота виконана вчасно, теоретичні узагальнення та висновки аналітичної частини в основному правильні. Проте існують несуттєві недоліки у виявленні логічності проведеного аналізу фактичних матеріалів, обґрунтування запропонованих рішень, що впливає на глибину особистого аналізу студентом фактичної інформації. Застосування сучасного аналітичного інструментарію обмежено. Подані у роботі авторські пропозиції не містять повною мірою аналітичного обґрунтування. Відгук і рецензія позитивні, але мають окремі зауваження до роботи. Доповідь насичена фактичною інформацією, що відображає відповідні результати проведеного дослідження. Відповіді на питання правильні, але не завжди повні та конкретні.

**Добре – С (75–84 балів):** кваліфікаційна робота виконана вчасно, теоретичні узагальнення та висновки аналітичної частини в основному правильні. Проте відсутній самостійний аналіз медійних матеріалів, обґрунтування запропонованих рішень, що впливає на глибину особистого аналізу студентом фактичної інформації. Застосування сучасного аналітичного інструментарію занадто обмежено. Подані у роботі авторські пропозиції не містять повною мірою аналітичного обґрунтування. Відгук і рецензія переважно позитивні, але мають окремі зауваження до роботи. Доповідь побудована на фактах, що відображають відповідні результати проведеного дослідження. Відповіді на питання неповні.

**Задовільно – D (70–74 балів):** тема роботи в основному розкрита, але мають місце недоліки змістового характеру. Теоретико-аналітична частина та пропозиції обґрунтовано непереконливо, відсутній аналіз, що дозволяв би аргументувати зроблені авторські узагальнення та висновки. Є зауваження щодо логічності та послідовності викладеного матеріалу, який носить переважно описовий характер. Робота недбало оформлена. Доповідь прочитана за текстом, студент не володіє окремими питаннями теми, не всі відповіді на запитання правильні чи повні. Наочні матеріали не повною мірою відображають зміст виконаної роботи.

**Задовільно – E (60–69 балів):** тема роботи не зовсім розкрита, мають місце недоліки змістового характеру. Теоретико-аналітична частина та пропозиції обґрунтовано непереконливо, відсутній аналіз практичного матеріалу. Є зауваження щодо логічності та послідовності викладеного матеріалу, який носить переважно описовий характер. Робота недбало оформлена. Доповідь прочитана за текстом, студент не володіє окремими питаннями теми, усі відповіді на запитання неповні. Наочні матеріали не повною мірою відображають зміст виконаної роботи.

**Незадовільно FX (35–59 балів):** Відсутня логіка у побудові структури дослідження. У роботі відсутнє розуміння мети, завдань, предмету дослідження. Назви окремих розділів не відповідають їх змісту. Теоретичний аналіз та визначення стану процесів, що є предметом розгляду, мають компіляційний характер, відсутні посилання на використані наукові джерела. Відсутні самостійність суджень у запропонованих рекомендаціях і пропозиціях. Представлений практичний матеріал є застарілим. Робота оформлена з суттєвими недоліками.

**Список використаних джерел**

1. Березенко В. В., Санакоєва Н. Д., Іванюха Т. Public Relations as an Instrument for European Values’ Implementation in Ukrainian Society. *Європейські цінності в українській освіті: виклики та перспективи = European Values in Ukrainian Education: Challenges and Frontiers* / за ред. О. В.Тупахіної, К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Торунь : Liha-Pres, 2021. 226 с.
2. Березенко В. В., Санакоєва Н. Д., Лаковський К. С. Реклама в умовах діджиталізації: українські реалії / за ред. В. А. Ковпак, Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 176 с.
3. Довженко О.В. Основи наукових досліджень у галузі масової комунікації : навч. посіб. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2009. 122 с.
4. Доценко К.О., Іванюха Т.В. Методичні рекомендації з написання кваліфікаційної роботи магістра : для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійних програм «Реклама», «Зв’язки з громадськістю», «Медіакомунікації». Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 58 с.
5. ДСТУ 3008:2015. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. [Чинний від 2010-07-01]. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 31 с. (Інформація та документація).
6. ДСТУ 3582:2013. ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила(ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація).
7. ДСТУ 8302:2015. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. [Чинний від 2016-07-01]. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 20 с.
8. Ковальчук В.В., Моїсєєв Л.М. Основи наукових досліджень : навч. посіб. Вид. 2-е, доп. і перероб. Київ : Видавничий дім «Професіонал», 2004. 208 с.
9. Мальська М., Паньків Н. Основи наукових досліджень : навч. посіб. Львів : Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 226 с.
10. Методичні рекомендації до підготовки кваліфікаційної роботи для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Журналістика» / уклад. : Ю. В. Любченко, П. В. Мірошниченко, Т. А. Рогова, А. І. Тернова, М. В. Чабаненко. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 53 с.
11. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 156 с.
12. Освітньо-професійна програма «Реклама і зв’язки з громадськістю» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика. Запоріжжя, 2023. URL: https://www.znu.edu.ua/opp/bak/journ/opp\_reklama\_23.pdf
13. Положення про організацію освітнього процесу у Запорізькому національному університеті. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. *Навчальний відділ ЗНУ : веб-сайт.* URL: https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj\_viddil/normatyvna\_basa/2021\_polozhennya\_pro\_organ\_\_zts\_\_yu\_osv\_\_tn\_\_ogo\_protsesu\_v\_znu.pdf
14. Положення про порядок проведення атестації здобувачів освіти та організацію роботи Екзаменаційної комісії в Запорізькому національному університеті. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. *Навчальний відділ ЗНУ : веб-сайт.* URL: https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj\_viddil/normatyvna\_basa/polozhennya\_pro\_poryadok\_provedennya\_atestats\_\_yi\_zdobuvach\_\_v\_osv\_\_ti\_ta\_organ\_\_zats\_\_yu\_roboti\_ekzamenats\_\_jnoyi\_kom\_\_s\_\_yi\_v\_zapor\_\_z\_\_komu\_nats\_\_onal\_\_nomu\_un\_\_versitet\_\_\_.pdf
15. Прикладні дослідження формування сучасного соціально-комунікаційного простору України в умовах становлення інформаційного суспільства / за заг. ред. В.В. Березенко. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 284 с.
16. Про вимоги до розробки та оформлення творчих кваліфікаційних робіт. Додатки. URL : <http://journ.univ.kiev.ua/docs/106-09_dodatki.pdf>
17. Різун В. В., Скотникова Т.В. Методи соціальнокомунікаційних досліджень. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 49-53. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_52_8>.
18. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 06 Журналістика, спеціальність 061 Журналістика. Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 20.06.2019 р. № 864. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/061-Zhurnalistyka-bakalavr.28.07-1.pdf>
19. Яненко Я.В. Рекламні комунікації як чинник соціалізації у сучасному українському суспільстві : автореф. дис. ... д. наук соц. ком. : 27.00.06. Київ, 2021. 43 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/85153/1/avtoref_Yanenko.pdf;jsessionid=E58397C7ABA826CCA6439928D0425952>

**Додаток А**

**Методи дослідження**

**Загальні методи, спільні для багатьох наук**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Назва методу* | *Коли варто*  *Застосовувати* | *У чому полягає* |
| Системний аналіз (принцип) | Вивчається складний за власною структурою об’єкт (система), який до того ж перебуває під дією різноспрямованих зовнішніх чинників | Структуру, стан і функціонування об’єкта дослідження розглядають з урахуванням:   * впливу зовнішніх і внутрішніх чинників; * взаємодії з усіма оточуючими елементами (підсистемами); * зворотних зв’язків |
| Структурно-функціональний метод  (різновид системного принципу) | Для вивчення системних об’єктів, насамперед соціальних систем, явищ і процесів. Вивчається структура системи як сукупність елементів, взаємозв’язок між ними, а також роль (функції) цих елементів | Досліджують структуру (будову) системного об’єкта, аналізують її складові (елементи) і їх функції у системі. Виявляють зміни елементів та їх функцій, вплив цих змін на розвиток об’єкта, на його адаптацію у змінюваному навколишньому світі. |
| Діахронічний  Синхронічний | Об’єкт чи явище треба дослідити в історичному (часовому) розвитку  Об’єкт (чи кілька об’єктів) треба розглянути як сталу систему в певний час | Факти вивчають у хронологічному порядку.  Потім треба залучати інші методи – узагальнення, аналіз тощо.  Аналізують об’єкти у певний історичний момент з урахуванням наявних на той час зв’язків чи суперечностей |
| Порівняння | Треба вивчити новий об’єкт (явище), порівнюючи його з уже відомим (відомими); визначити спільні й відмінні характеристики, тенденції розвитку | Порівнювати можна лише зіставні, співмірні об’єкти, тобто такі, які подібні за характером, властивостями тощо, і функціонують в однакових умовах. При цьому показники всіх порівнюваних об’єктів треба визначати за однаковими методами |
| Порівняльно-історичний метод (кроскультурний, компаративний аналіз) | Порівняти об’єкти, які належать різним культурам або різним епохам. Виявити спільне й особливе у розвитку країн, народів, мов, культур чи спільнот, а також виявити причини подібності й відмінностей | Порівнюють досліджувані ознаки, з’ясовують історію їх появи, функціонування, взаємодію з іншими чинниками. Реконструюють (звісно, з певною ймовірністю) відсутні деталі досліджуваних подій |
| Класифікаційний аналіз | Визначити спільне й специфічне певних об’єктів, явищ чи понять, які їх характеризують | Поділ на певні класи об’єктів чи явищ, відповідно до їх специфіки, властивостей, тобто класифікаційних ознак (підстав поділу, характеристик). Побудова ієрархічної класифікаційної системи класів і підкласів на підставі цих ознак. Існують принципи коректної й ефективної класифікації |
| Типологічний аналіз | Для порівняльного аналізу (зіставлення)істотних ознак, зв’язків, функцій об’єктів чи явищ. У результаті маємо отримати впорядкований опис різнорідних об’єктів | Систематизація, групування об’єктів, явищ за характерними (типовими) ознаками. Об’єкти чи явища зараховують до певної групи на підставі їх подібності до певного типу (зразка, еталона). Кількість і зміст типів обирає дослідник згідно з завданням свого дослідження |
| Логічне моделювання (крім логічного моделювання, в науці широко використовують фізичне й математичне моделювання, які давно розвинені й добре формалізовані. Але фізичне й математичне моделювання малопридатні для гуманітарних наук) | Заміна важкодоступного (важко формалізовуваного) об’єкта (явища) моделлю, яка має істотні риси оригіналу. Якісний опис і прогноз функціонування об’єкта | Розробляють сценарії, що мають несуперечливо й логічно пояснити взаємозв’язки між причинами й наслідками, які реально спостерігаються в об’єкта.  Ефективність дуже залежить від рівня професійності дослідника і від повноти та достовірності інформації, якою він користується |

**Методи збору даних**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Назва методу* | *Коли варто застосовувати* | *У чому полягає* |
| Біографічний метод | Для вивчення історії життя окремої особистості, стану й функціонування певних соціальних груп (у тому числі важкодоступних для дослідника – релігійних сект, ув’язнених і под.) | На основі свідчень, спостережень і спогадів очевидців історичних подій, історичних документів досліджують конкретні біографії, визначають сприйняття історичних подій їхніми сучасниками.  Треба враховувати, що свідчення очевидців є суб’єктивними, а біографічні документи – це лише тексти, створені людьми у певних історичних обставинах |
| Наукове спостереження | Об’єктом спостереження є певна група людей,щодо характеристик якої (цілей, зв’язків, лідерства, мотивів, уподобань тощо) у дослідника є певна гіпотеза, яку він хоче попередньо уточнити | Спостерігач або самостійно спостерігає певні події, або користується даними спостережень інших осіб (чи приладів). При цьому він діє за заздалегідь розробленою програмою, за заданою процедурою і чітко фіксує отримані дані в протоколі. Треба, щоб люди поводилися звичайно, не знали, що за ними спостерігають, і не звертали на дослідника уваги.  Урешті, гіпотезу уточнюють і переходять до більш формалізованих методів дослідження |
| Опитування:   * інтерв’ю; * фокус-групове інтерв’ю; * анкетування   Експертне опитування (оцінювання) | Треба виявити глибинні мотиви дій респондентів, причини поведінки людей  Треба виявити особливості сприйняття людьми тієї чи іншої інформації  Треба визначити погляди значної кількості респондентів  Для вивчення маловідомих об’єктів (чи маловідомих властивостей об’єкта), особливо якщо неможливо застосувати більш формалізовані методи. Іноді дає змогу отримати кількісні показники якісних процесів | Є кілька різновидів інтерв’ю як наукового методу, існують умови проведення інтерв’ю і вимоги до інтерв’юера.  Добирають групу учасників і фокусують їх на досліджуваній проблемі (темі), щоб з’ясувати мотивацію тих чи інших дій.  Є кілька різновидів анкетних опитувань; існують вимоги до проведення опитувань, до формулювання запитань. За великої кількості респондентів треба залучати методи статистики до формування вибірки й опрацювання результатів анкетування.  Використовуються знання кваліфікованих фахівців або професійних аналітиків. Може бути індивідуальне (один експерт) і колективне (5–12 осіб) опитування. Має кілька різновидів (очні/заочні інтерв’ю, метод Дельфі, метод аналізу ієрархій, мозковий штурм). Існують чіткі процедури використання всіх різновидів експертного опитування |
| Кейс-стаді:   * метод окремого випадку; * метод ситуаційного аналізу | Вивчення одного чи небагатьох об’єктів, їх природи і унікальних властивостей  Аналіз реальної ситуації, пошук оптимального шляху вирішення проблеми | Досліджують історію, біографію об’єкта, проводять клінічне інтерв’ювання для глибинного розуміння й інтерпретації мотивів поведінки і вчинків об’єкта.  Група осіб спільно розв’язує конкретне завдання. Можуть використовуватись ігрові кейси для навчання аудиторії або для спостереження за її поведінкою |
| Експеримент | Треба з'ясувати, як зміни однієї (чи кількох)незалежних змінних (чинників) впливають на досліджувані (одну чи кілька) залежні змінні (параметри, відгуки) | Експеримент у суспільних науках провести важко, але можливо. Експеримент вимагає від дослідника дотримання багатьох вимог, щоб отримані дані можна було вважати достовірними. |
| Моніторинг | Треба дослідити динаміку процесу, виявити  реакції об’єкта на сторонні втручання | Систематичне поточне наукове формалізоване спостереження за функціонуванням досліджуваного об’єкта |

**Методи аналізу даних**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Назва методу* | *Коли варто*  *Застосовувати* | *У чому полягає* |
| Контент-аналіз | Для визначення інформаційно-емоційно-смислової спрямованості текстів. Для виявлення імпліцитної інформації про характер комунікації, особисті якості автора, його картину світу, його уявлення про сприймача | Кількісний статистичний аналіз текстів, обраних за певною процедурою відповідно до мети дослідження. Використовується для отримання числового підтвердження наявності/відсутності впливогенних одиниць, емоційно-смислових домінант тощо. |
| Дискурсивний аналіз  Герменевтичний (інтерпретаційний) аналіз | Треба врахувати:   * соціокультурні, політичні чи інші позатекстові обставини (контекст) комунікації; * відмінність тезаурусів, фонових знань, пресупозицій комунікаторів.   Треба за текстами реконструювати картину світу автора. | Вивчення історії взаємодії учасників комунікації, щоб правильно декодувати (інтерпретувати) повідомлення.  Аналіз прихованих смислів (імпліцитності), евфемізмів, метафор, алюзій, інтенцій, мотиваційних стратегій, недомовок, інтертекстуальності, іронії тощо. Підраховують наявні в тексті певні лексичні й граматичні конструкції. |
| Функціонально-прагматичний аналіз  Дослідження на наявність/відсутність використання засобів нейролінгвістичного програмування | Виявити засоби, які використовує автор повідомлення для досягнення своєї комунікаційної мети  Виявити засоби, які використовує автор повідомлення для впливу і маніпуляцій | Дослідження сукупності використаних автором мовленнєвих засобів, якісних і кількісних характеристик тексту, його жанрової належності й структури.  Визначення спрямованості повідомлень: на переконання за допомогою раціональних умовиводів чи на сугестію за допомогою актуалізації емоцій. Тобто дослідження процесів породження тексту |
| Методи когнітивної лінгвістики | Виявити механізми впливу повідомлення на  адресата (аудиторію) | Дослідження процесів декодування, зберігання й переробки інформації у свідомості сприймача, виявлення змін у його ментальності й поведінці внаслідок впливу мовленнєвих актів. Тобто дослідження процесів сприймання й розуміння тексту |
| Семіотичний аналіз (класичний і посткласичний) | Дослідження й інтерпретація вербальних і невербальних (візуальні, вербально зображувальні, аудіовізуальні) контентів | Текст розглядають як знакову систему. Визначають і аналізують залучені види знакових систем (вербальна, візуальна тощо), відношення і взаємодію між ними, їх вплив на досягнення комунікаційної мети твору. При цьому слід враховувати, що адресат має розуміти знак так само, як автор. Інакше інтерпретація буде неправильна, а комунікація буде спотворена. Висновки, отримані за допомогою семіотичного аналізу, доцільно підтверджувати іншими методами (через суб’єктивність тлумачення знаків дослідником) |

ДОДАТОК Б

Приклад титульної сторінки

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему **«Інноваційні технології просування бібліотек**

**у соціальних мережах»**

Виконала студент (ка) 4 (5) курсу

групи 6.0611-рз

спеціальності 061 Журналістика

ОП «Реклама і зв’язки з громадськістю»

*Іваненко О.І.*

Керівник – доцент, канд. філол. наук

*Петренко А.І.*

Рецензент – доцент, канд. наук із соц. ком.

*Стеценко Т. В.*

###### Запоріжжя – 2024

###### ДОДАТОК В

**Приклад оформлення змісту**

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| Завдання ………………………………………………………………………..  Реферат ………………………………………………………………………...  Вступ……………………………………………………………………………. | 3  4  6 |
| Розділ 1. Загальна характеристика інформаційних послуг ……..………….. | 8 |
| 1.1 Інформаційні послуги в добу диджиталізації.............…..……….. | 8 |
| 1.2 Стандарти в сфері інформаційних послуг……….................……. | 19 |
| Розділ 2. Український досвід еволюції стандартів………………………….. | 34 |
| 2.1 Розвиток стандартів в сфері інформаційних послуг……...….…. | 34 |
| 2.2 Трансформація бібліотечних послуг як виду інформаційних….. | 47 |
| Висновки...…………………………………………………………………..…. | 59 |
| Список використаних джерел………………………………………………… Додаток А. ...…………………………………………………………………… Додаток Б. ……………………………………………………………………… | 63  67  68 |
| Додаток В. ………………...……………………………………………………  Декларація академічної доброчесності……………………………………….  Summary………………………………………………………………………… | 69  70  71 |

**ДОДАТОК Г**

**Приклад заповнення завдання**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет журналістики**

**Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності**

*Рівень вищої освіти бакалаврський*

# *Спеціальність 061 Журналістика*

*ОПП «Реклама і зв’язки з громадськістю»*

# ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри**

**Березенко В.В.**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**«**\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_2024 року

**З  А  В  Д  А  Н  Н  Я**

**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Іваненко Іванні Миколаївні

1. Тема роботи (проєкту) «Інноваційні технології просування бібліотек в соціальних мережах»

керівник роботи (проєкту) Іванюха Тетяна Валеріївна, к.філол.н., доцент,

затверджені наказом ЗНУ від «10» жовтня 2021 року № 26-с.

2. Строк подання студентом роботи 25 травня 2022 року.

3. Вихідні дані до роботи праці вітчизняних та зарубіжних медіадослідників Дж. Бернета, Ю. Грановського, Н. Добробабенко, Д. Едельмана, А. Клемента, О. Курбан, Д. Курта, С. Крага, А. Остервальдера, М. Сінгера та інших.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) розглянути поняття «технології просування», «бібліотека як бренд»; 2) розкрити основні теорії просування бібліотек як брендів; 3)  проаналізувати особливості сегментування та дослідження цільової аудиторії; 4) вивчити стан дослідження теми у науковій рецепції; 5) проаналізувати інноваційні методи просування бібліотечних брендів ННН у соцмережах; 6) визначити особливості впливу сучасних тенденцій соціальних мереж на формування контентної стратегії бібліотеки та її просування у соціальній мережі.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень) – 3 таблиці, 7 рисунків.

6. Консультанти розділів роботи (проєкту):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
| завдання видав | завдання прийняв |
| Перший розділ | Іванюха Т.В., доцент | 02.10.2021 | 02.10.2021 |
| Другий розділ | Іванюха Т.В., доцент | 12.12.2021 | 12.12.2021 |
| Вступ, висновки | Іванюха Т.В., доцент | 03.30.2022 | 03.03.2022 |

7. Дата видачі завдання 02.10.21 р.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів роботи | Строк виконання | Примітка |
| 1. | Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії | Жовтень 2021 р. | Виконано |
| 2. | Збір матеріалів для аналізу | Листопад-грудень 2021 р. | Виконано |
| 3. | Підготовка Розділу 1 | Січень 2022 р. | Виконано |
| 4. | Написання Розділу 2 | Березень 2022 р. | Виконано |
| 5. | Формулювання вступу, висновків, оформлення роботи | Квітень 2022 р. | Виконано |
| 6. | Одержання  відгуку та рецензії, проходження нормоконтролю | Травень 2022 р. | Виконано |
| 7. | Захист роботи | Червень 2022 р. | Виконано |

**Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

( підпис ) (ініціали та прізвище)

**Керівник роботи \_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(підпис ) (ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер **\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

( підпис ) (ініціали та прізвище)

### ДОДАТОК Д

**Приклад оформлення реферату**

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота бакалавра **«**Сучасні комунікаційні стратегії просування кав'ярень міста Запоріжжя за допомогою інструментів реклами та SMM**» –** основний текст – 54сторінки. Для виконання дипломної роботи опрацьовано 40 джерел.

**Об’єктом** дослідження є комунікація запорізьких кав`ярень «Coffeelab Roasters», «Заппа», «Добра кава» за 2022 рік.

**Предметом** дослідження є використання цими закладами сучасних комунікаційних стратегій просування за допомогою інструментів реклами та SMM.

**Мета** **дослідження:** виявити загальний стан розвитку кав’ярень в світі і України, і зокрема, в контексті цього виокремити, якими сучасними комунікаційними стратегіями користуються кав'ярні міста Запоріжжя для свого просування за допомогою інструментів реклами та SMM.

Для реалізації поставленої мети необхідно виконати такі **завдання:**

1. проаналізувати історичний аспект розвитку кав’ярень як феномену, закоріненого в давні часи й визначити їх сучасні різновиди
2. визначити основні тенденції комунікації на сучасному ринку кав’ярень України і світу.
3. розглянути теоретичний аспект питання «комунікаційна стратегія як засіб створення кав’ярень-брендів».
4. дослідити, якими комунікаційними стратегіями за допомогою реклами та SMM користуються кав'ярні міста Запоріжжя під час своєї розкрутки.

**Методи дослідження:** аналізу й синтезу під час вироблення наукової концепції, типологічний та компаративний під час аналізу практичного матеріалу.

**Методологічну і теоретичну основу дослідження** складають праці, приcвячені розгляду ресторанного ринку та використання комунікаційних стратегій розвитку таких вітчизняних і зарубіжних дослідників: А.Віндюка, В. Біляєвського, В. Зайцева, С. Журавльова, Т. Кукліна, Б. Анікіна, A. Гаджинського, А.Кальченко та інших.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає у тому, що здійснено спробу проаналізувати стан і перспективи діяльності працівників галузі реклами та SMM в сфері регіонального ресторанного бізнесу (зокрема в сегменті кав’ярень) міста Запоріжжя.

**Сфера застосування:** матеріали роботи можуть бути використані в наукових доповідях, в матеріалах лекцій у рамках курсів для студентів спеціальності «Реклама і зв’язки з громадськістю», при написанні курсових та дипломних робіт студентами факультету журналістики.

**РЕКЛАМНИЙ РИНОК, РЕКЛАМА, ПЕРША-ТРЕТЯ ХВИЛІ, HORECA, КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ, ПРОСУВАННЯ, SMM.**

**Додаток Е**

**Приклад оформлення вступу**

**ВСТУП**

Сьогодні інформаційно-аналітичні процеси стають невід’ємною складовою роботи найрізноманітніших сфер людської діяльності, де концентруються та обробляються інформаційні потоки. Оскільки обсяги повідомлень збільшуються, постає проблема «перенавантаження» великим масивом інформації з необґрунтовано значними витратами часу на його обробку. В умовах зростаючого потоку інформації в одну мить неможливо осягнути щось суттєве. Саме тому інформаційно-аналітичний процес на сьогодні є актуальним у таких сферах людської діяльності як: інформаційна, управлінська, економічна, політична, бібліотечна та сфера науково-технічних послуг. Сучасні дослідження в галузі ІАД й тенденції зростання попиту на аналітичну продукцію дають можливість приділити увагу працям науковців, які довгий час залишалися поза увагою дослідників.

Питання інформаційно-аналітичної діяльності порушували у своїх працях чимало дослідників та науковців, зокрема, В. Варенко [1], Н. Вовк [2], В. Захарова [9], О. Збанацька [10; 11], Н. Кушнаренко [13], В. Лутовинова [15], Г. Сілкова [17], В. Удалова [13] та багато інших. Але поза увагою дослідників залишилося питання місця реферату серед інформаційно-аналітичної продукції сучасних бібліотек та науково-технічних осередків, що і зумовлює **актуальність нашої роботи.**

**Мета роботи:** виявити та проаналізувати особливості сучасного реферату як різновиду інформаційно-аналітичної продукції.

**Завдання дослідження:**

1. дати характеристику поняттю інформаційно-аналітичної діяльності, її функціям;
2. схарактеризувати основні види інформаційно-аналітичної діяльності;
3. дослідити місце реферату серед інформаційно-аналітичних документів, його структуру та особливості класифікації;
4. проаналізувати особливості реферату у бібліотечній сфері на прикладі реферативного журналу «Джерело»;
5. визначити особливості реферату у науково-технічній сфері.

**Об’єкт дослідження:** реферативна продукція журналу «Джерело» та реферати в складі звітів науково-технічних робіт.

**Предмет дослідження:** інформаційно-аналітичні та структурно-функціональні властивості реферату в бібліотечній та науково-технічній сферах.

**Методи дослідження –** у роботівикористано історико-порівняльний, історико-бібліотекознавчий, системний підхід і книгознавчий аналіз. Для реалізації дослідницьких завдань застосовувалися такі спеціальні методи: історико-статистичний, порівняльного аналізу та синтезу. Також були використані методи опису, узагальнення та метод системного аналізу.

**Методологічну і теоретичну основу дослідження** складають праці, присвячені розгляду інформаційно-аналітичної діяльності, таких вітчизняних вчених: В. Варенко [1; 2], В. Захарова та Л. Філіпова [11], О. Збанацька [11; 12], Н. Кушнаренко [16] та І. Рейтерович [19; 23] а також дослідників реферату як виду інформаційно-аналітичної продукції – Е. Карачинської, Є. Медведєвої, В. Удалової, Л. Хромченко [15], В. Лутовинової [18], Г. Сілкової [21], М. Сороки [23].

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в тому, що в роботі систематизовано погляди на реферат як вид інформаційно-аналітичної продукції, уперше проаналізовано реферати журналу «Джерело» та реферати в складі звітів науково-технічних робіт науковців українських вишів.

**Практичне значення одержаних результатів**. Матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, викладання вузівських і шкільних курсів, пов’язаних з інформаційно-аналітичною діяльністю, при написанні курсових та кваліфікаційних робіт бакалавра студентами факультету журналістики.

**Структура:** кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та 7 додатків. Обсяг основної роботи – 57 сторінок. Список використаної літератури включає 48 найменувань (викладених на 5 сторінках).

**Додаток Ж**

**Приклад оформлення висновків**

**ВИСНОВКИ**

Отже, ми розглянули та проаналізували особливості сучасного реферату, як різновиду інформаційно-аналітичної діяльності та прийшли до таких висновків. Реферат являє собою вторинний документ, що створюється у процесі скорочення фізичного обсягу первинного документа із збереженням його основного змісту. Він виконує функції притаманні інформаційно-аналітичним документам, а саме: інформативну, пошукову, індикативну, довідкову, комунікативну, сигнальну.

У першому розділі було надано характеристику поняттю інформаційно-аналітичної діяльності, розглянуто її корінні поняття (аналіз, аналітика, аналітична діяльність). Ми порівняли різноманітні погляди науковців на визначення поняття ІАД, визначили основну мету інформаційної діяльності – в результаті аналізу, створити вторинний документ, в якому буде міститись максимальна кількість корисної інформації. Також було обґрунтовано значимість ІД в сучасному світі, а також її роль у конкретних сферах людської діяльності (в органах державної влади та місцевого самоврядування, управлінській та політичній сферах).

У другому підрозділі першого розділу ми охарактеризували основні види ІАД такі як, бібліографічний опис, анотація, реферат, огляд тощо. Було подано основи класифікації інформаційно-аналітичних документів, наголошено на особливостях та характеристиках окремих видів та зроблено висновок щодо спільних рис усіх видів: виокремлення найважливіших деталей, фактів та висновків зі змісту документа і подання їх для ознайомлення з документом. Форма подання інформації залежить від індивідуальних особливостей, структури та обсягу окремого виду ІАД.

У другому розділі подано різноманітні підходи до тлумачення поняття реферату, виділено основні структурні компоненти, що індивідуальні для кожного виду реферату, схарактеризовано основні види реферату (інформативний, індикативний, реферат-резюме та інші) та основні етапи їх складання, подано загальні вимоги до реферату, а також його найсуттєвіші властивості.

Другий підрозділ містить аналіз особливостей реферату у бібліотечній та науково-технічній сферах. Щодо рефератів у бібліотечній сфері, ми розглянули особливості їх складання на прикладі реферативного журналу «Джерело» – відзначили основні структурні елементи та характеристики деяких видів реферату (інформативного та індикативного), особливості змісту реферату та мовні кліше, що використовуються в них та зробили висновок, що незалежно від виду та обсягу реферат має сталу структуру (заголовок, текст, довідковий апарат).

Щодо реферату в науково-технічній сфері, їх особливості ми відзначали на прикладі звітів про науково-дослідну роботу. Зазвичай реферати до звітів про НДР є інформаційними, адже їх основною функцією є відображення результатів дослідження.

Отже, місце реферату серед інформаційно-аналітичних документів зумовлене насамперед його функціями, властивостями та сферами застосування. Домінуючою функцією реферату є інформаційна, властивості реферату є подібними до будь-якого виду вторинних документів. Сфери застосування реферату різноманітні – бібліотеки, заклади вищої освіти, науково-дослідні установи тощо.

**ДОДАТОК И**

Приклади оформлення бібліографічного опису у списку використаних джерел

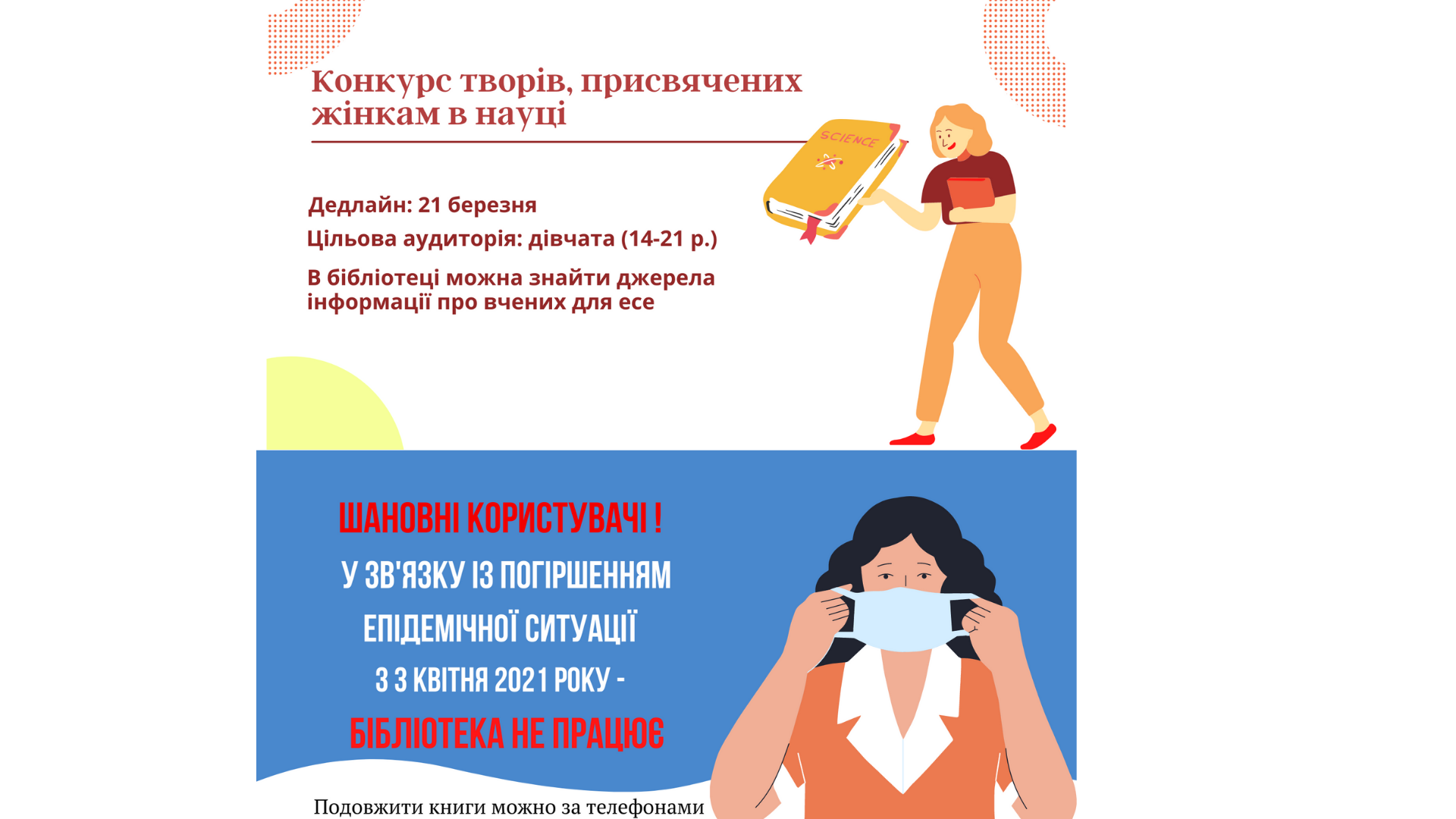
|  |  |
| --- | --- |
| Характеристика джерела | Приклад оформлення |
| Книги:  Один автор | 1. Владимиров В.М. Вступ до спеціальності «Журналістика» : навч. посіб. Київ : МАУП, 2007. 166 с. 2. Зражевська Н.І. Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль : монографія. Черкаси : Видавництво Ю.Чабаненка, 2016. 408 с. |
| Два автори | 1. Гетьманець М.Ф., Михайлин І.Л. Сучасний словник літератури і журналістики. Харків : Прапор, 2009. 384 с. 2. Даниленко С.І., Петрів Т.І. Робота власного та спеціального кореспондентів за кордоном. Київ : Київський університет, 1999. 267 с. 3. Іванов В.Ф., Дудко О.С. Міжнародна журналістика. Міжнародний піар. Київ : Освіта України, 2011. 288 с. |
| Три автори | 1. Бондар Ю.В. Головатий М.Ф., М.І. Сенченко; Енциклопедія для видавця та журналіста. Київ : Персонал, 2010. 399 с. 2. Муковський І.Т. , Міщенко А.Г., Шевченко М.М. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах: навч. посіб. Київ : Кондор, 2016. 224 с. |
| Чотири і більше авторів | 1. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України : станом на 10 жовт. 2016 р. / К. І. Бєліков та ін. ; за заг. ред. О. М. Литвинова. Київ : ЦУЛ, 2016. 528 с. 2. Бікулов Д. Т, Чкан А. С., Олійник О. М., Маркова С. В. Менеджмент : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 360 с. 3. Операційне числення : навч. посіб. / С. М. Гребенюк та ін. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 88 с. 4. Основи охорони праці : підручник / О. І. Запорожець та ін. 2-ге вид. Київ : ЦУЛ, 2016. 264 с. |
| Автор(и) та  редактор(и)/  упорядники | 1. Березенко В. В. PR як сфера наукового знання : монографія / за заг. наук. ред. В. М. Манакіна. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 362 с. 2. Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія : навч. посіб. / за ред. М. П. Бутко. Київ : ЦУЛ, 2016. 232 с. 3. Дахно І. І., Алієва-Барановська В.М. Право інтелектуальної власності : навч. посіб. / за ред. І. І. Дахна. Київ : ЦУЛ, 2015. 560 с. |
| Без автора | 1. 25 років економічному факультету: історія та сьогодення (1991-2016) : ювіл. вип. / під заг. ред. А. В. Череп. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 330 с. 2. Криміналістика : конспект лекцій / за заг. ред. В. І. Галана ; уклад. Ж. В. Удовенко. Київ : ЦУЛ, 2016. 320 с. 3. Миротворення в умовах гібридної війни в Україні : монографія / за ред. М. А. Лепського. Запоріжжя : КСК-Альянс, 2017. 172 с. 4. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / за ред. : С. О. Якубовського, Ю. О. Ніколаєва. Одеса : ОНУ, 2015. 306 с. 5. Науково-практичний коментар Бюджетного кодексу України / за заг. ред. Т. А. Латковської. Київ : ЦУЛ, 2017. 176 с. 6. Службове право: витоки, сучасність та перспективи розвитку / за ред. : Т. О. Коломоєць, В. К. Колпакова. Запоріжжя, 2017. 328 с. 7. Сучасне суспільство: філософсько-правове дослідження актуальних проблем : монографія / за ред. О. Г. Данильяна. Харків : Право, 2016. 488 с. 8. Країни пострадянського простору: виклики модернізації : зб. наук. пр. / редкол.: П. М. Рудяков (відп. ред.) та ін. Київ : Ін-т всесвітньої історії НАН України, 2016. 306 с. 9. Антологія української літературно-критичної думки першої половини ХХ століття / упоряд. В. Агеєва. Київ : Смолоскип, 2016. 904 с. |
| Багатотомні видання | 1. Енциклопедія Сучасної України / редкол.: І. М. Дзюба та ін. Київ : САМ, 2016. Т. 17. 712 с. 2. Правова система України: історія, стан та перспективи : у 5 т. / Акад. прав. наук України. Харків : Право, 2009. Т. 2 : Конституційні засади правової системи України і проблеми її вдосконалення / заг. ред. Ю. П. Битяк. 576 с. |
| Автореферати дисертацій | 1. Бондар О. Г. Земля як об'єкт права власності за земельним законодавством України : автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.06. Київ, 2005. 20 с. 2. Гнатенко Н. Г. Групи інтересів у Верховній Раді України: сутність і роль у формуванні державної політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. Київ, 2017. 20 с. 3. Кулініч О. О. Право людини і громадянина на освіту в Україні та конституційно-правовий механізм його реалізації : автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02. Маріуполь, 2015. 20 с. |
| Дисертації | 1. Авдєєва О. С. Міжконфесійні відносини у Північному Приазов'ї (кінець XVIII - початок XX ст.) : дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2016. 301 с. 2. Левчук С. А. Матриці Гріна рівнянь і систем еліптичного типу для дослідження статичного деформування складених тіл : дис. ... канд. фіз.-мат. наук : 01.02.04. Запоріжжя, 2002. 150 с. 3. Вініченко О. М. Система динамічного контролю соціально-економічного розвитку промислового підприємства : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Дніпро, 2017. 424 с. |
| Законодавчі та нормативні документи | 1. Конституція України : офіц. текст. Київ : КМ, 2013. 96 с. 2. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. *Голос України*. 2017. 27 верес. (№ 178-179). C. 10–22. 3. Повітряний кодекс України : Закон України від 19.05.2011 р. № 3393-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 48-49. Ст. 536. 4. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 15.11.2017). 5. Деякі питання стипендіального забезпечення : Постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2016 р. № 1050. *Офіційний вісник України*. 2017. № 4. С. 530–543. 6. Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017-2020 роки : Указ Президента України від 21.02.2017 р. № 43/2017. *Урядовий кур'єр*. 2017. 23 лют. (№ 35). С. 10. 7. Про затвердження Вимог до оформлення дисертації : наказ Міністерства освіти і науки від 12.01.2017 р. № 40. *Офіційний вісник України*. 2017. № 20. С. 136–141. |
| Архівні документи | 1. Лист Голови Спілки «Чорнобиль» Г. Ф. Лєпіна на ім’я Голови Ради Міністрів УРСР В. А. Масола щодо реєстрації Статуту Спілки та сторінки Статуту. 14 грудня 1989 р. *ЦДАГО України* (Центр. держ. архів громад. об'єднань України). Ф. 1. Оп. 32. Спр. 2612. Арк. 63, 64 зв., 71. 2. Матеріали Ради Народних комісарів Української Народної Республіки. *ЦДАВО України* (Центр. держ. архів вищ. органів влади та упр. України). Ф. 1061. Оп. 1. Спр. 8–12. Копія; Ф. 1063. Оп. 3. Спр. 1–3. 3. Наукове товариство ім. Шевченка. *Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника НАН України.* Ф. 1. Оп. 1. Спр. 78. Арк. 1–7. |
| Патенти | 1. Люмінісцентний матеріал: пат. 25742 Україна: МПК6 С09К11/00, G01Т1/28, G21НЗ/00. № 200701472; заявл. 12.02.07; опубл. 27.08.07, Бюл. № 13. 4 с. 2. Спосіб лікування синдрому дефіциту уваги та гіперактивності у дітей: пат. 76509 Україна. № 2004042416; заявл. 01.04.2004; опубл. 01.08.2006, Бюл. № 8 (кн. 1). 120 с. |
| Препринти | 1. Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль : Ін-т з проблем безпеки АЕС НАН України, 2006. 7, [1] с. (Препринт. НАН України, Ін-т проблем безпеки АЕС; 06-1). 2. Шиляев Б. А., Воеводин В. Н. Расчеты параметров радиационного повреждения материалов нейтронами источника ННЦ ХФТИ / ANL USA с подкритической сборкой, управляемой ускорителем электронов. Харьков : ННЦ ХФТИ, 2006. 19 с.: ил., табл. (Препринт. НАН Украины, Нац. науч. центр»Харьк. физ.-техн. ин-т»; ХФТИ2006-4). |
| Стандарти | 1. ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. [Чинний від 2010-02-18]. Вид. офіц. Київ, 2010. 16 с. (Інформація та документація). 2. ДСТУ ISO 6107-1:2004. Якість води. Словник термінів. Частина 1 (ISO 6107-1:1996, IDТ). [Чинний від 2005-04-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2006. 181 с. 3. ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила(ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація). |
| Каталоги | 1. Історико-правова спадщина України : кат. вист. / Харків. держ. наук. б-ка ім. В. Г. Короленка; уклад.: Л. І. Романова, О. В. Земляніщина. Харків, 1996. 64 с. 2. Пам’ятки історії та мистецтва Львівської області : кат.-довід. / авт.-упоряд.: М. Зобків та ін. ; Упр. культури Львів. облдержадмін., Львів. іст. музей. Львів : Новий час, 2003. 160 с. |
| Бібліографічні  Покажчики | 1. Боротьба з корупцією: нагальна проблема сучасності : бібліогр. покажч. Вип. 2 / уклад.: О. В. Левчук, відп. за вип. Н. М. Чала ; Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 60 с. 2. Микола Лукаш : біобібліогр. покажч. / уклад. В. Савчин. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. 356 с. (Українська біобібліографія ; ч. 10). 3. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича в незалежній Україні : бібліогр. покажч. / уклад.: Н. М. Загородна та ін.; наук. ред. Т. В. Марусик; відп. за вип. М. Б. Зушман. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2015. 512 с. (До 140-річчя від дня заснування). 4. Лисодєд О. В. Бібліографічний довідник з кримінології (1992-2002) / ред. О. Г. Кальман. Харків : Одісей, 2003. 128 с. 5. Яценко О. М., Любовець Н. І. Українські персональні бібліографічні покажчики (1856-2013). Київ : Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського, 2015. 472 с. (Джерела української біографістики ; вип. 3). |
| Частина видання:Книги | 1. Гетьман А. П. Екологічна політика держави: конституційно-правовий аспект. *Тридцать лет с экологическим правом*: избранные труды. Харьков, 2013. С. 205–212. 2. Коломоєць Т. О. Адміністративна деліктологія та адміністративна деліктність. *Адміністративне право України* : підручник / за заг. ред. Т. О. Коломоєць. Київ, 2009. С. 195–197. 3. Алексєєв В. М. Правовий статус людини та його реалізація у взаємовідносинах держави та суспільства в державному управлінні в Україні*. Теоретичні засади взаємовідносин держави та суспільства в управлінні*: монографія. Чернівці, 2012. С. 151–169. |
| Частина видання: матеріалів конференцій  (тези, доповіді) | 1. Антонович М. Жертви геноцидів першої половини ХХ століття: порівняльно-правовий аналіз. *Голодомор 1932-1933 років: втрати української нації*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 4 жовт. 2016 р. Київ, 2017. С. 133–136. 2. Анциперова І. І. Історико-правовий аспект акту про бюджет. *Дослідження проблем права в Україні очима молодих вчених* : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 24 квіт. 2014 р.). Запоріжжя, 2014. С. 134–137. 3. Кононенко Н. Методология толерантности в системе общественных отношений. *Формирование толерантного сознания в обществе* : материалы VII междунар. антитеррорист. форума (Братислава,18 нояб. 2010 г.). Киев, 2011. С. 145–150. 4. Микитів Г. В., Кондратенко Ю. Позатекстові елементи як засіб формування медіакультури читачів науково-популярних журналів. *Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі*: зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 3-4 берез. 2016 р. Запоріжжя, 2016. С. 50–53. 5. Соколова Ю. Особливості впровадження проблемного навчання хімії в старшій профільній школі. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку медичних, фармацевтичних та природничих наук* : матеріали III регіон. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 29 листоп. 2014 р. Запоріжжя, 2014. С. 211–212. |
| Частина видання: довідкового  видання | 1. Кучеренко І. М. Право державної власності. *Великий енциклопедичний юридичний словник /* ред. Ю. С. Шемшученко. Київ, 2007. С. 673. 2. Пирожкова Ю. В. Благодійна організація. *Адміністративне право України :* словник термінів / за ред.: Т. О. Коломоєць, В. К. Колпакова. Київ, 2014. С. 54–55. 3. Сірий М. І. Судова влада. *Юридична енциклопедія*. Київ, 2003. Т. 5. С. 699. |
| Частина видання: продовжуваного видання | 1. Коломоєць Т. О. Оцінні поняття в адміністративному законодавстві України: реалії та перспективи формулювання їх застосування. *Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки*. Запоріжжя, 2017. № 1. С. 36–46. 2. Левчук С. А., Хмельницький А. А. Дослідження статичного деформування складених циліндричних оболонок за допомогою матриць типу Гріна. *Вісник Запорізького національного університету. Фізико-математичні науки.* Запоріжжя, 2015. № 3. С. 153–159. 3. Левчук С. А., Рак Л. О., Хмельницький А. А. Моделювання статичного деформування складеної конструкції з двох пластин за допомогою матриць типу Гріна. *Проблеми обчислювальної механіки і міцності конструкцій*. Дніпропетровськ, 2012. Вип. 19. С. 212–218. 4. Тарасов О. В. Міжнародна правосуб'єктність людини в практиці Нюрнберзького трибуналу. *Проблеми законності*. Харків, 2011. Вип. 115. С. 200–206. |
| Частина видання: періодичного видання (журналу, газети) | 1. Кулініч О. О. Право на освіту в системі конституційних прав людини і громадянина та його гарантії*. Часопис Київського університету права*. 2007. № 4. С. 88–92. 2. Коломоєць Т., Колпаков В. Сучасна парадигма адміністративного права: ґенеза і поняття. *Право України*. 2017. № 5. С. 71–79. 3. Коваль Л. Плюси і мінуси дистанційної роботи. *Урядовий кур'єр*. 2017. 1 листоп. (№ 205). С. 5. 4. Біленчук П., Обіход Т. Небезпеки ядерної злочинності: аналіз вітчизняного і міжнародного законодавства. *Юридичний вісник України*. 2017. 20-26 жовт. (№ 42). С. 14–15. 5. Bletskan D. I., Glukhov K. E., Frolova V. V. Electronic structure of 2H-SnSe2: ab initio modeling and comparison with experiment*. Semiconductor Physics Quantum Electronics & Optoelectronics*. 2016. Vol. 19, No 1. P. 98–108. |
| Електронні ресурси | 1. Влада очима історії : фотовиставка. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/photogallery/gallery?galleryId=15725757& (дата звернення: 15.11.2017). 2. Шарая А. А. Принципи державної служби за законодавством України. *Юридичний науковий електронний журнал.* 2017. № 5. С. 115–118. URL: <http://lsej.org.ua/5_2017/32.pdf>. 3. Ганзенко О. О. Основні напрями подолання правового нігілізму в Україні. *Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки*. Запоріжжя, 2015. № 3. С. 20–27. URL: [http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/vznu/juridichni/ VestUr2015v3/5.pdf](http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/vznu/juridichni/%20VestUr2015v3/5.pdf). (дата звернення: 15.11.2017). 4. Яцків Я. С., Маліцький Б. А., Бублик С. Г. Трансформація наукової системи України протягом 90-х років ХХ століття: період переходу до ринку. *Наука та інновації*. 2016. Т. 12, № 6. С. 6–14. DOI: <https://doi.org/10.15407/scin12.06.006>. |

**Додаток К**

**Приклад оформлення додатків**

**Додаток А.2**

**Приклад інфографіки на сторінці бібліотеки ЗОУНБ у Фейсбуці**



**Додаток Л**

**Приклад Summary**

**SUMMARY**

Syvash K.O. Peculiarities of creation and reception of mystical shows on «STB» TV channel. Zaporizhzhya, 2016. 82 pр.

Ukrainian television market has undergone significant changes in the last 20 years. These changes are manifested in several dimensions: the increase of the number of TV channels, gradual digitalization, saturation of content by advertising, thematic channels differentiation, technological expansion (the emergence of cable, satellite, Internet Broadcast), the commercialization, globalization by combining media in the holdings etc. It is especially important that in the context of these processes we cannot avoid also a gradual mystification of Ukrainian television.

The goal is to determine the kinds of mystical TV shows, describe their structure and concept, analyze perception of mystical content of channel «STB» by audience.

In the work theoretical and practical methods are used. Particularly, the typological, comparative methods, deduction, induction and analysis. Among the practical - monitoring and surveys.

We achieved such results: considered Ukrainian television in the context of the entertainment transformation of television; described genres and functions of mystical programs; worked out the basic technological and narrative tools in creation mystical TV shows on «STB» channel; defined peculiarities of audience reception of mystical TV shows.

Significance of the research is clear: media creators need to know about theoretical and technological features of mystical entertainment, and the general public should understand the impact of mystical shows and how to protect from it.

**Keywords:** **entertainment television, STB, mystification, westernization, mystical program, reception, stereotype.**

Додаток М

Правила академічної доброчесності

http://i.vnz.org.ua/im/gerb-ua.png

Закон України «Про освіту»

від 05.09.2017 № 2145-VIII

Стаття 42. Академічна доброчесність

1. Академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

3. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

* самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
* посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
* дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
* надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

4. Порушенням академічної доброчесності вважається:

академічний плагіат - оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства;

* самоплагіат – оприлюднення (частково або повністю) власних раніше опублікованих наукових результатів як нових наукових результатів;
* фабрикація – вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі або наукових дослідженнях;
* фальсифікація – свідома зміна чи модифікація вже наявних даних, що стосуються освітнього процесу чи наукових досліджень;
* списування – виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання, зокрема під час оцінювання результатів навчання;
* обман – надання завідомо неправдивої інформації щодо власної освітньої (наукової, творчої) діяльності чи організації освітнього процесу; формами обману є, зокрема, академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація та списування;
* хабарництво – надання (отримання) учасником освітнього процесу чи пропозиція щодо надання (отримання) коштів, майна, послуг, пільг чи будь-яких інших благ матеріального або нематеріального характеру з метою отримання неправомірної переваги в освітньому процесі;
* необ’єктивне оцінювання – свідоме завищення або заниження оцінки результатів навчання здобувачів освіти.

**Додаток Н**

**Приклад декларації** **академічної доброчесності**

**Декларація академічної доброчесності**

**здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, студент(ка)\_\_\_\_курсу,

форми навчання \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, факультету\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

спеціальність\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, адреса електронної пошти\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

* підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом якихознайомлений/ознайомлена;

* заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
* згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ПІБ (студент)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ПІБ(науковий керівник)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Навчально-методичне видання

(українською мовою)

Іванюха Тетяна Валеріївна

Санакоєва Наталя Дмитрівна

методичні Рекомендації

До написання кваліфікаційної роботи бакалавра

здобувачами ступеня вищої освіти бакалавра

спеціальності 061 « Журналістика»

освітньо-професійної програми

«Реклама і зв’язки з громадськістю»

Рецензент *В.В. Костюк*

Відповідальний за випуск *В.В. Березенко*

Коректор *Т.В. Іванюха*