**Рецензія на студентську наукову роботу**

 **Роль та особливості соціальної реклами в умовах нових реалій сьогодення**

**\_\_Соціальна реклама\_**

**Шифр роботи**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№****з/п** | **Змістовні показники** | **Рейтингова шкала** | **Бали** |
| 1 | Актуальність дослідження | **10** | **5** |
| 2 | Відповідність змісту наукової роботи заявленій тематиці студії  | **5** | **2** |
| 3 | Ступінь новизна та оригінальність ідей,закладених в основу наукової роботи | **10** | **5** |
| 4 | Рівень виконання завдань, їх відповідність меті дослідження | **10** | **3** |
| 5 | Теоретико-практичне значення результатів дослідження | **10** | **3** |
| 6 | Логіка та ясність викладу матеріалу | **5** | **3** |
| 7 | Рівень використання наукової літератури та інших джерел інформації | **5** | **3** |
| 8 | Якість оформлення та відповідність вимогам Положення конкурсу | **5** | **2** |
|  | **Загальна сума балів** | **60** | **26** |
| 9 | Недоліки наукової роботи (пояснення зниження максимальних балів у п.1-8) |  |  |
| 9.1 | Заявлена актуальність не відповідає змісту роботи |  |  |
| 9.2 | Зміст наукової роботи віддалено відповідає тематиці студій |  |  |
| 9.3 | Зміст роботи є сумою загально-відомих досліджень та ідей і більше нагадує реферат, ніж власне оригінальне бачення теми |  |  |
| 9.4 | Завдань виділено багато, але жодне не розкрито до кінця  |  |  |
| 9.5 | Теоретико-практичне значення не прописане взагалі, а тому і не зрозуміло чи воно досягнуто. Власного дослідження немає, автор спирається на запозиченні результати соціологічних досліджень |  |  |
| 9.6 | Іноді науковий стиль підміняється публіцистичним, є стилістичні та орфографічні помилки |  |  |
| 9.7 | Список літератури малочислений та однобокий |  |  |
| 9.8 | Деякі структурні елементи наукового дослідження відсутні (об’єкт, предмет, теоретична новизна, практична новизна, підсумки у параграфах і т.д.) |  |  |