


**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ АККРЕДИТОВАННОЕ НЕКОММЕРЧЕСКОЕ
ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ –
ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТА

КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИЙ СЕРВИСА И ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
Для документов
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор
Н.Н. Павелко



**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ И ЗАЩИТЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Теория связей с общественностью»

для студентов направления подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр**

**Краснодар
2018**

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью» /сост. Буряк Н.Ю. – Краснодар: ИМСИТ, 2018. – 93с.

Методические указания по выполнению и защите курсовой работы по дисциплине «Теория рекламы» составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. N 997.

Составитель



Н.Ю. Буряк

Методические указания предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью» направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью» рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры ТСиДК протокол № 8 от 19 марта 2018г.

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент



Н.И.Севрюгина

Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью одобрены на заседании НМС 16 апреля 2018 г., протокол № 8

Рецензенты:

Г.Н. Немец к.ф.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ»

А.А. Луговой директор по маркетингу группы компаний «Р-класс»

СОДЕРЖАНИЕ

	ВВЕДЕНИЕ	5
1	ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ	7
2	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВЫХ РАБОТ	9
3	СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ	13
	3.1 Состав и объем курсовой работы	13
	3.2 Организация выполнения курсовой работы	13
	3.3 Требования к содержанию курсовой работы	14
4	ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	19
	4.1 Выбор темы курсовой работы	19
	4.2 Порядок получения задания на курсовую работу	21
	4.3 Предварительная проработка плана, сбор и систематизация литературы по теме исследования	22
	4.4 Конкретизация необходимых элементов курсовой работы	24
	4.5 Написание основной части работы	25
	4.6 Написание введения и заключения	27
	4.7 Оформление курсовой работы	28
	4.8 Порядок проверки курсовой работы на наличие незаконных заимствований в системе «Антиплагиат»	39
	4.9 Защита курсовой работы	41
5	РУКОВОДСТВО И ОЦЕНИВАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	46
6	ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕОРИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»	51
7	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	56
8	ВОЗМОЖНОСТЬ ДОСТУПА ОБУЧАЮЩИХСЯ К ЭЛЕКТРОННЫМ РЕСУРСАМ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ	58
9	ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	61
	9.1 Компетенции обучающегося, формируемые в результате написания курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью»	61
	9.2 Оценка уровня сформированности компетенций	62
	9.3 Примерный перечень основных вопросов для защиты курсовой работы	
	ПРИЛОЖЕНИЯ	65
	Приложение А - Форма заявления на выполнение курсовой работы	66
	Приложение Б - Образец оформления титульного листа курсовой работы	
	Приложение В - Образец оформления содержания	
	Приложение Г - Образец оформления списка использованных источников	
	Приложение Д - Образец оформления отзыва на курсовую работу	
	Приложение Е - Форма заключения на выявление объема заимствования и оригинального авторского текста	

Приложение Ж - Образец написания курсовой работы

ВВЕДЕНИЕ

Написание курсовой работы является важнейшим этапом обучения в высшей школе. В ходе этого процесса обучающийся выполняет самостоятельную творческую работу, посвященную решению той или иной рекламно-информационной или информационно-технологической проблемы с элементами научного анализа, отражающую приобретенные теоретические знания и практические навыки, умение работать с литературой, анализировать источники, делать обстоятельные и обоснованные выводы. При подготовке курсовой работы обучающимся должны быть максимально использованы знания, полученные при прохождении общеобразовательных и специальных курсов.

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью» предусмотрено учебным планом Академии ИМСИТ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в базовую часть образовательной программы.

Целью курсовой работы является закрепление, углубление и совершенствование теоретических знаний и практических умений, применение их при решении конкретных исследовательских и практических задач.

Работа над курсовой работой требует обдумывания теоретических положений и их применения для анализа процессов и явлений. Она предполагает развитие навыков работы со специальной литературой и нормативно-правовыми актами (подбор, описание, анализ источников литературы), а не простого механического воспроизведения материала из источников. Во время выполнения курсовой работы вырабатывается не только умение критично относиться к устоявшимся оценкам известных проблем, но и доказательно обосновывать собственное мнение.

Успешное выполнение курсовой работы во многом зависит от правильной организации ее подготовки и написания, а также соблюдения основных требований, которые к ней предъявляются.

Данные рекомендации помогут обучающимся в написании и оформлении курсовой работы; в выборе темы курсовой работы, определении ее содержания и организации процесса ее написания и защиты. Знание методики написания курсовых работ необходимо обучающимся не только для успешного завершения учебы в академии, но и для будущей практической работы в качестве специалистов в области рекламы и связей с

общественностью. Методические указания по выполнению курсовой работы содержат требования к составу и содержанию, рекомендации по выполнению и защите курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью». Они подробно раскрывают возможности формирования у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций.

1 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ

1.1 В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (квалификация бакалавр) и разработанными на его основе основной профессиональной образовательной программой и рабочим учебным планом Академии маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ для обучающихся всех форм обучения предусмотрено выполнение и защита курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью».

1.2 Курсовая работа – это законченное самостоятельное исследование, призванное способствовать закреплению и проявлению знаний, полученных в процессе изучения общетеоретических и специальных дисциплин, умений и навыков, приобретенных во время практики, и их использованию в исследовательской и практической работе, в котором содержится научно обоснованное решение практической задачи, вытекающее из системного анализа выбранного объекта и предмета, проблемы (ситуации).

1.3 Подготовка курсовой работы как один из видов самостоятельной работы способствует закреплению теоретических знаний, развитию профессиональных навыков, умений и формированию у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных и специализированных профессиональных компетенций.

1.4 Самостоятельные научные исследования имеют целью систематизацию, обобщение и проверку специальных теоретических знаний и практических навыков обучающихся. В них должны ставиться и решаться актуальные вопросы в области направления подготовки, демонстрироваться эрудиция и умение автора анализировать проблемы и предлагать пути их разрешения, самостоятельно делать выводы.

1.5 Оригинальность постановки и решения конкретных вопросов в соответствии с проблематикой исследования, а также глубина, широта охвата и самостоятельность исследования являются основополагающими критериями оценки качества курсовой

работы, а также уровня сформированности компетенций.

1.6 Курсовая работа должна быть выполнена обучающимися самостоятельно с использованием специальной литературы, законодательных и нормативных актов органов государственной власти, международных и российских стандартов, достижений науки и практики в области коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; пропаганде конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, и учреждений, их позиционирование в рыночной среде.

1.7 Курсовая работа выполняется по материалам конкретной организации. В работе необходимо дать критическую оценку существующей в организации практике рекламной работы и построения системы связей с общественностью.

1.8 Изложение темы должно быть конкретным, насыщенным фактическими данными.

1.9 Работу необходимо заканчивать выводами и предложениями, направленными на повышение эффективности рекламной деятельности организации, определение приоритетных направлений и перспектив развития связей с общественностью.

1.10 Курсовая работа должна быть написана грамотным, литературным языком и правильно оформлена.

Таким образом, курсовая работа является самостоятельной работой обучающегося, выполняемой на основе изучения специальной литературы по вопросам разрабатываемой темы, законодательных и нормативных актов, систематизации и обработки цифровых материалов, выявления резервов повышения эффективности деятельности организации, разработки предложений, направленных на решение практических задач по повышению его стоимости и определению перспектив развития.

2 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

Целью курса «Теория связей с общественностью» является изучить теоретические основы связей с общественностью и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

В соответствии с этим, задачами выполнения курсовой работы являются:

- анализ информации, выраженной в текстовой, устной и мультимедийной форме;
- способность находить творческие решения в нестандартных ситуациях;
- умение использовать нормативно-правовые документы ;
- осуществлять профессиональные функции в сфере связей с общественностью;
- владеть знаниями и навыками работы в пресс-службах, центрах общественных связей коммуникационных агентствах;
- уметь планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;
- обладать базовыми навыками создания текстов и документов, применяемых в сфере рекламы и связей с общественностью;
- обладать приемами делового общения, умением устанавливать, развивать и поддерживать межличностные отношения с представителями государственных, коммерческих и общественных структур.

Курс «Теория связей с общественностью» как учебная дисциплина, является основной профессиональной дисциплиной базовой части основной образовательной программы подготовки бакалавра (ООП). Самостоятельный характер выполнения курсовой работы методически важен для закрепления и осознания методологии рекламно-информационного процесса. Сочетание коммуникационного и информационно-технологического исследования методически согласуется и базируется на знаниях и умениях, полученных в

процессе изучения различных дисциплин базовой, вариативной части ООП, таких дисциплин как «Теория и практика массовой коммуникации», «Практика связей с общественностью», «Текст в связях с общественностью», «Стилистика и литературное редактирование» и других. Он занимает значительное место в профессиональной подготовке выпускника. Успешное освоение данного курса позволит профессионалу в сфере рекламы и связей с общественностью принимать участие в разработке и реализации рекламной и информационной политики своей организации, создавать и редактировать материалы PR, защищать имидж и репутацию фирмы, учреждения, как в обычном режиме деятельности, так и в кризисных ситуациях.

Помимо теоретических знаний, выполнение курсовой работы должно базироваться также на практических материалах. Именно умелое использование практического материала определяет качество курсовой работы.

При выполнении курсовой работы студент должен продемонстрировать следующие способности:

- самостоятельно поставить научно-исследовательскую или научно-практическую задачу, оценить ее актуальность и значимость;
- определить предмет и объект исследования;
- собрать и обработать информацию по теме курсовой работы,
- изучить и критически проанализировать полученные материалы;
- глубоко и всесторонне исследовать выявленную проблему;
- разработать, описать и профессионально аргументировать свой вариант решения анализируемой проблемы.

Процесс выполнения курсовой работы направлен на формирование следующих компетенций:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах **(ОПК-1)**;

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью **(ОПК-2)**;

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

В результате написания курсовой работы по учебной дисциплине «Теория связей с общественностью» в соответствии с предусмотренными компетенциями обучающийся должен знать, уметь, владеть:

пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
	2	3	4	5	6
1	ОПК – 1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	особенности связей с общественностью; основных методов исследований в связях с общественностью	использовать основные понятия и категории public relations, понимать основные закономерности их построения в учреждениях; осуществлять функции секретаря, секретаря-референта руководителей; вести базы данных по различным аспектам социально-политического и экономического развития регионов	владение навыками подготовки информационных материалов, публичного выступления, ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки и электронной коммуникации
	ОПК - 2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	использовать нормативно-правовые документы	анализировать информацию, выраженную в текстовой, устной и мультимедийной форме	базовыми навыками создания текстов и документов, применяемых в сфере рекламы и связей с общественностью

	ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	приемы делового общения, умением устанавливать, развивать и поддерживать межличностные отношения с представителями государственных, коммерческих и общественных структур	планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	знаниями и навыками работы в пресс-службах, центрах общественных связей коммуникационных агентствах
--	------	---	--	--	---

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

3.1 Состав и объём курсовой работы

Курсовую работу обучающиеся выполняют на основе тщательного изучения литературных источников, собранного и обработанного на предложениях фактического материала. Объем должен составлять 30-35 страниц печатного текста стандартного листа белой бумаги (формат А4).

Курсовая работа должна включать:

- титульный лист (ПРИЛОЖЕНИЕ Б);
- содержание (ПРИЛОЖЕНИЕ В);
- введение (2-3 с);
- основную часть (главы и параграфы, 3 главы по 2-3 параграфа):
 - а) изучение теоретических основ исследуемого вопроса (6- 8 с);
 - б) характеристика объекта исследования (3-5 с) и анализ исследуемого вопроса по материалам организации (8-10 с);
- рекомендации по совершенствованию исследуемого вопроса (8-10 с);
- заключение (1,5-2 с);
- список использованных источников;
- приложения.

3.2 Организация выполнения курсовой работы

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью» осуществляется под руководством ведущего учебную дисциплину преподавателя – руководителя работы, для чего преподавателем назначается время консультаций. Обучающиеся выбирают интересующую их тему или предлагают собственную с обоснованием выбора, согласовывают вопрос о ее утверждении с руководителем курсовой работы. Затем, уточняют

с ним круг вопросов, подлежащих изучению, составляют план исследования, структуру работы, сроки выполнения ее этапов, определяют перечень необходимой литературы и других материалов (как теоретических, так и практических).

Выполненная обучающимся курсовая работа регистрируется на кафедре и сдается на проверку. В отзыве преподаватель дает оценку выполненной работе с указанием замечаний.

Курсовая работа, вместе с отзывом, выдается обучающемуся для ознакомления. При необходимости студент вносит в работу исправления и дополнения. Если курсовая работа написана неудовлетворительно, то после исправления она вновь сдается на проверку (вместе с первым вариантом отзыва руководителя). Последний срок сдачи курсовых работ руководителю – за неделю до начала аттестационной (зачетной) недели или за 2 недели до начала экзаменационной сессии. При подготовке к защите обучающийся учитывает сделанные замечания и готовит на них ответы. Защита курсовой работы принимается двумя преподавателями, оценка выставляется в ведомость. Точная дата защиты утверждается кафедрой и доводится до сведения обучающихся заранее на основании утвержденного графика защиты курсовых работ.

3.3 Требования к содержанию курсовой работы

Титульный лист	Титульный лист содержит названия учебного заведения, факультета, кафедры, фамилию и инициалы автора работы и его научного руководителя, номер студенческой группы, название работы, город и год. Приложение Б
Содержание	Содержание представляет структуру текста работы. Оно включает в себя <i>введение</i> , наименование всех глав, разделов, пунктов, <i>заключение</i> , <i>список использованных источников</i> , <i>приложения</i> с указанием страниц, на которых начинаются эти элементы. Текст работы должен соответствовать содержанию, как по содержанию, так и по форме. Название глав, подглав должны соответствовать названиям аналогичных частей в тексте работы. Недопустимо, чтобы названия отдельных разделов

	совпадали с общим названием работы (с темой).
--	---

<p>Введение</p>	<p>Введение является наиболее жестко регламентированной частью научной работы. Объем введения – приблизительно 1/10 часть от общего объема работы. Термины научного аппарата исследования во введении, перечисленные ниже, не выделяются в тексте введения обычным шрифтом: тема работы;</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>актуальность</i> (необходимость разработки данной темы в соответствии с современными направлениями развития науки / потребностями реальной практики, подготовки кадров, повышения эффективности чего-либо, применения в практике чего-либо и пр.: неизученность или малоизученность проблемы; дальнейшее развитие проблемы в контексте современных условий, современных теорий, современными методами; конкретизируется и уточняется вопрос, по которому нет единства мнений; впервые обобщается и систематизируется накопленное научное знание; постановка новых проблем, аспектов, подходов к предмету изучения); • <i>новизна</i> (проверка существующих теорий и концепций на новом материале; изучение уже известного в науке явления новыми методами; конкретизация или уточнение какого-либо известного факта на новом материале с применением новых методов и методик; сопоставление или сравнительный анализ уже описанных явлений и процессов; систематизация и обобщение уже имеющегося научного знания); • <i>объект исследования</i> (негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации; учреждения культуры; средства массовой информации и пр.); • <i>предмет исследования</i> (репутация, имидж, продвижение, брэндинг, ребрэндинг; позиционирование, репозиционирование; рекламные средства и их применение; эффективность рекламы и рекламной деятельности; организация и управление рекламной деятельностью и СО; коммуникационная деятельность; коммуникационная политика; информационное присутствие и пр.); • <i>цель исследования</i> (одна; конечный результат, который необходимо достичь в ходе исследования); • <i>задачи исследования</i> (пути, средства, способы достижения цели исследования; последовательные шаги, которые надо сделать, чтобы цель была достигнута. Задачи исследования в той или иной степени соотносятся с заголовками разделов или глав); • <i>теоретическая база исследования</i> (научные труды, концепции и положения, на которые опирается исследователь); • <i>методы исследования</i> (сравнение; эксперимент; статистические методы; визуализации данных (функции, диаграммы, графики и др.), соцопросы (Face-to-face, по месту жительства (квартирный), с центральной локацией (in-hall, hall-testl), уличный/магазинный, телефонный, анкета на самозаполнение, интрнет-опрос, письменный / устный, массовый опрос (для респондентов-неспециалистов) и экспертный опрос (для специалистов), пробные (пилотажные, зондажные, экспресс-опросы) / основные, на входе / выходе), наблюдение (включенное / невключенное, системное / случайное), интервью (личное, телефонное, online): глубинное, фокусированное, экспертное и пр., SWOT-анализ, анализ конкурентной среды, контент-анализ, анкетирование, фокус-группа, анализ документов и пр.); • <i>материал исследования</i> (эмпирическая база исследования: данные соцопросов, SWOT-анализа, анализа конкурентной среды, контент-анализа документы (перечислить), <i>столько то</i> газетных / журнальных публикаций <i>такого-то</i> издания с <i>такого-то</i> месяца / года по <i>такой-то</i> месяц / год; внутренние PR-тексты организации (медиа-план, медиа-карты, сценарии PR-мероприятий, итоговый отчет информационные листки, презентационные альбомы фирменного стиля и пр.); внешние PR-тексты организации (пресс-релизы, статьи, биографии, бэкграундеры, медиа-киты, медиа-досье, рекламные модули и пр.); данные, полученные в результате коммуникационного аудита и пр.); • <i>теоретическая значимость работы</i> (полученный результат дополняет и расширяет известные теоретические положения и практические рекомендации, раскрывает новые аспекты проблемы, определяются новые части и элементы, ранее не известные; применение принципиально новых подходов, до этого не применявшихся в теории и практике. • <i>практическая значимость работы</i> (возможность применения полученных результатов для решения конкретной практической задачи, в дальнейших научных
------------------------	--

	исследованиях, в смежных научных областях, в практике обучения, в PR-практике организаций подобного типа);
	<i>структура работы</i> (работа состоит из введения, 3 главы, заключения, списка использованных источников, приложений. Во введении представлены актуальность, новизна, цель и задачи, методы, теоретическая и практическая значимость исследования. В первой главе рассматривается / устанавливается / предлагается... Во второй главе представлено / проанализировано В Заключении подводятся общие итоги исследования, перспективы развития темы, обозначаются область применения и рекомендации по внедрению результатов).
Определенные используемые в работе термины и понятия	<ul style="list-style-type: none"> • является одной из важнейших составляющих научного текста (как правило, во введении); • необходимо четко определить все используемые термины, что особенно важно для неустоявшихся или спорных терминов и понятий; • если термин многозначный или объем понятия различается при разных подходах к проблеме и у разных авторов, то обучающийся может сослаться на авторитетное мнение (например, <i>Вслед за С. Блэком, связи с общественностью понимаются как ...</i>).
Основная часть	<ul style="list-style-type: none"> • в зависимости от темы и материала исследования может содержать различное количество глав, разделов, параграфов, пунктов. Структурирование данной части определяется особенностями и содержанием материала, логикой исследования. Единые рекомендации здесь представить достаточно сложно. • обычно КР состоит из 2-3 глав, в каждой из которых – несколько параграфов (пунктов). Возможно также структурирование работы из 3-6 самостоятельных разделов. • необходимо, чтобы все части работы были соразмерны друг другу, как по количеству элементов, так и по объему. Недопустимо, например, чтобы глава состояла из пяти страниц; один параграф включал 10 страниц, а другой – одну. • формулировки глав, разделов, параграфов должны кратко и максимально полно отражать их содержание. • каждая глава или раздел обычно завершается краткими выводами из предшествующего изложения, но это не является обязательным. • необходимо, чтобы все части работы были соединены друг с другом последовательностью текста, без очевидных смысловых и логических «сломов». • обычно в работе выделяются теоретическая и эмпирическая (практическая) части, но это не всегда обязательно и зависит от воли автора. Выделение глав может быть обусловлено и иными принципами, что зависит от материала исследования, удобства и целесообразности его описания, внутренней логики работы и пр.: теоретические положения по необходимости можно располагать в разделах, связанных с анализом и представлением эмпирического материала исследования. <i>В теоретической части</i> • рассматриваются общие положения, связанные с решаемой проблемой, анализируются спорные вопросы, • определяются теоретические принципы, понятия и термины, критерии описания материала. <i>В практической части</i> • анализируется конкретный эмпирический материал.
Заключение	<ul style="list-style-type: none"> • Заключение подводит итог всей работы. • Объем заключения, как правило, составляет приблизительно 1/20 часть общего объема работы. Заключение содержит: <ul style="list-style-type: none"> • наиболее общие выводы по результатам всего исследования или отдельных его частей, • оценку полноты решения поставленных задач и цели, • обоснование теоретической и практической значимости работы,

	<ul style="list-style-type: none"> • обоснование необходимости и перспективности дальнейшего изучения материала в рамках рассматриваемой проблемы, • кратко обозначаются область применения и рекомендации по внедрению результатов исследования.
Список использованных источников	<ul style="list-style-type: none"> • представляет собой перечень библиографический список источников, которыми пользовался автор в процессе подготовки курсовой работы (не путать со списком источников материала). • правильно составленный список является важнейшим показателем научной культуры студента. • список литературы должен включать не менее 20-25 наименований, в том числе литературу на английском языке (не менее 2-3 источников по теме исследования) • в список использованных источников входят не только статьи, монографии, учебные

	<p>пособия, материалы с авторством и названием (есть название материала и автор) в специализированных журналах, на сайтах и различных интернет-ресурсах и пр. , но и</p>
	<p>перечень источников материала исследования (сайты компаний, сайты конкурентов, источники текстов, видеороликов, постеров и пр.)</p> <p><i>Вторичные материалы и источники:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • законы и документы, регламентирующие деятельность государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органов самоуправления, негосударственных, общественных и коммерческих учреждений и организаций и пр.; • законы РФ о рекламе, СМИ, авторском и смежном правах и др.; • профессиональные (<i>Римская хартия (1991), Лиссабонский кодекс (1978), Кодекс профессионального поведения IPRA (1961), Афинский кодекс (1965), Кодекс профессионального поведения Британского института PR (1963), Кодекс CERP (Европейская конфедерация PR), Кодекс PRSA (1988), Декларация PACO (1994), Российский кодекс PR (2001)</i> и др.) и корпоративные этические кодексы; • статистические данные из различных источников; • опыт, анализ и интерпретация результатов работы государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органов самоуправления, негосударственных, общественных и коммерческих учреждений и организаций и пр., представленные в других научных исследованиях; • рекламные информационные, избирательные, предвыборные кампании, а также обслуживающие их тексты; • опыт, анализ и интерпретация результатов проводимых ранее рекламных, избирательных, имиджевых событий и кампаний, кампаний по продвижению, позиционированию, репозиционированию, брендинга, ребрендинга и пр. компаний, организаций, товаров и услуг; • материалы в специализированных журналах, на сайтах и различных интернет-ресурсах и пр. <p><i>Первичные материалы и источники:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • внутренние PR-тексты организации (медиа-план, медиа-карты, сценарии PR-мероприятий, итоговый отчет информационные листки, презентационные альбомы фирменного стиля и пр.); • внешние PR-тексты организации (пресс-релизы, статьи, биографии, бэкграундеры, медиаакты, медиа-досье, рекламные модули и пр.); • данные, полученные в результате коммуникационного аудита и пр.

<p>Приложения</p>	<p>Приложения помещают после списка использованных источников. В приложения помещают материал исследования, промежуточные расчеты, таблицы вспомогательных данных, тексты документов, анкеты, схемы, графики, диаграммы, объемные текстовые фрагменты, анализируемые в работе, и пр.</p> <ul style="list-style-type: none"> • В приложения выносятся поясняющие основной текст материалы, разрывающие этот текст более чем на один лист. • Каждое приложение начинается с нового листа с указанием по центру слова ПРИЛОЖЕНИЕ прописными буквами. Приложение должно иметь заголовок, который помещается симметрично материалу приложения и пишется прописными буквами. • Если приложений больше, чем одно, все они называются. Например: ПРИЛОЖЕНИЕ А. В следующей строке с прописной буквы пишется название приложения. Название выравнивается по центру.
	<ul style="list-style-type: none"> • Точка после названия приложения не ставится. • Иллюстративный материал и таблицы, размещенные в приложении (например, серия фото- или рекламных материалов), имеет свою (только для данного приложения) нумерацию. Например: «Рис.1, Рис.2 и т.д.» • При оформлении текстов в приложениях допускается применять меньший размер шрифта, чем в основном тексте (12) и одинарный интервал. • Ссылки на приложения в тексте курсовой работы обязательны и оформляются аналогично ссылкам на таблицы и рисунки.

4 ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

4.1 Выбор темы курсовой работы

Выбор темы курсовой работы – ответственный этап учебного процесса. Тематика курсовых работ составляется ведущим дисциплину преподавателем, утверждается заседанием кафедры в начале каждого учебного года и оформляется соответствующим протоколом. Тема курсовой работы раскрывается на основе изучения основной и дополнительной литературы, а не только на базе материалов учебников и учебных пособий. В списке литературы должно быть не менее 25 названий различных источников - монографий, журнальных статей, справочников, учебников, учебных пособий и официальных документов.

Обучающемуся предоставляется право самостоятельного выбора темы курсовой работы. Выбор производится на основании имеющегося, на кафедре утвержденного перечня направлений для выбора тем курсовых работ. Перечень является примерным, и студент может предложить свою тему с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Во всех случаях тема должна быть актуальной, соответствовать современному уровню развития отрасли, соответствовать направлению подготовки бакалавра, целям и задачам учебной дисциплины «Теория связей с общественностью», быть достаточно конкретной и иметь прикладное значение. Тема должна быть четко сформулирована, с указанием отрасли, предприятия (учреждения, организации), на примере которого она будет выполняться. В теме должен отражаться активный подход студента к исследованию путем включения в название глав и параграфов слов типа: совершенствование, создание, развитие, разработка, внедрение, обоснование и т.д.

При выборе темы нужно иметь в виду следующее.

- тема должна быть актуальной, то есть затрагивать важные в данное время проблемы общественно-политической, экономической или культурной жизни общества, существенные для практики менеджмента и финансового управления;

- не следует формулировать тему очень широко: вычленение из широкой проблемы узкого, специфического вопроса помогает проработать тему глубже;

- какой бы интересной и актуальной ни была тема, прежде всего, следует удостовериться, что для ее раскрытия имеются необходимые материалы;

- тема должна открывать возможности для проведения самостоятельного исследования, в котором можно будет показать умение собирать, накапливать, обобщать и анализировать факты и документы;

- после предварительной самостоятельной формулировки темы необходимо проконсультироваться с руководителем курсовой работы с целью ее возможного уточнения и углубления.

Окончательно определившись с темой курсовой работы, обучающийся пишет заявление о выборе темы (ПРИЛОЖЕНИЕ А) и регистрирует её на кафедре. Обучающийся очной формы обязан подать заявление о выборе темы курсовой работы не позднее первой недели начала текущего учебного года, а заочной формы обучения – на предыдущей сессии.

На основании поданных заявлений кафедра составляет приказ о закреплении тем курсовых работ и руководителей, согласованный с проректором по учебной работе, после чего изменение или уточнение темы работы не возможно.

В случае если студент не выбрал тему курсовой работы в установленный срок, этот выбор за него осуществляет кафедра, выбирая любую не закреплённую тему из утверждённого списка, что также после составления приказа не может быть оспорено.

42 Порядок получения задания на курсовую работу

Одновременно с разработкой тем, на основании ООП и рабочего учебного плана по направлению подготовки кафедра устанавливает основные сроки выполнения курсовой работы, которым необходимо следовать в процессе ее написания.

Поэтому основанием для написания курсовой работы выступает не только правильно оформленное и сданное на кафедру в установленный срок заявление, но и задание.

Задание на выполнение курсовой работы составляется на основании приказа о закреплении тем курсовых работ руководителем совместно с обучающимся.

В задании отражается тема курсовой работы, содержание задания, перечень рекомендованной литературы, сроки выполнения курсовой работы и ее защиты.

Подготовка материалов и написание курсовой работы – один из самых трудоемких процессов, выполняемых обучающимися в ходе обучения в вузе.

Работа над курсовой работой сводится к следующим этапам:

- выбор темы курсовой работы;
- получения задания на курсовую работу;
- предварительная проработка «рабочего» плана курсовой работы, сбор и систематизация литературы по теме исследования;
- конкретизация необходимых элементов курсового исследования;
- написание основной части работы;
- написание введения и заключения;
- оформление курсовой работы;
- защита курсовой работы.

43 Предварительная проработка плана, сбор и систематизация литературы по теме исследования

Подбор литературы следует начинать сразу же после выбора темы курсовой работы.

Первоначально с целью обзора имеющихся источников целесообразно обратиться к электронным ресурсам в сети Интернет и, в частности, к электронным информационным ресурсам академии: благодаря оперативности и мобильности такого источника информации, не потратив много времени, можно создать общее представление о предмете исследования, выделить основные рубрики (главы, параграфы, проблемные модули) будущей курсовой работы. При подборе литературы следует также обращаться к предметно-тематическим каталогам и библиографическим справочникам библиотеки ВУЗа и публичных библиотек города.

Предварительное ознакомление с источниками следует расценивать как первый этап работы над курсовой работой. Для облегчения дальнейшей работы необходимо тщательно фиксировать все просмотренные ресурсы (даже если кажется, что тот или иной источник непригоден для использования в работе над курсовой работой, впоследствии он может пригодиться, и тогда его не придется искать).

Результатом предварительного анализа источников является рабочий план, представляющий собой черновой набросок исследования, который в дальнейшем обрывает конкретными чертами. Форма рабочего плана допускает определенную степень произвольности. Первоначальный вариант плана должен отражать основную идею работы. При его составлении следует определить содержание отдельных глав и дать им соответствующее название; продумать содержание каждой главы и наметить в виде параграфов последовательность вопросов, которые будут в них рассмотрены.

Предварительный рабочий план курсовой работы должен быть согласован в процессе консультаций с руководителем курсовой работы.

Работа над предварительным планом необходима, поскольку она дает возможность еще до начала написания курсовой работы выявить логические

неточности, информационные накладки, повторы, неверную последовательность глав и параграфов, неудачные формулировки выделенных частей или даже курсовой работы в целом.

Далее обучающийся приступает к сбору и систематизации накопленных данных для осуществления исследования.

Систематизацию получаемой информации следует проводить по основным разделам курсовой работы, предусмотренным планом. При изучении литературы не стоит стремиться освоить всю информацию, заключенную в ней, а следует отбирать только ту, которая имеет непосредственное отношение к теме работы.

Критерием оценки прочитанного является возможность его использования в курсовом исследовании.

При этом необходимо использование в курсовом исследовании следующих основных источников:

- учебники, рекомендованные Министерством образования и науки РФ;
- электронные ресурсы академии на русском и иностранном языках;
- статьи в специализированных и научных журналах;
- диссертации и монографии по изучаемой теме;
- инструктивные материалы и законодательные акты (только последних изданий);
- данные эмпирических и прикладных исследований (статистические данные, качественные интервью и т.д.);
- материалы Интернет-сайтов.

Сбор фактического материала – один из наиболее ответственных этапов подготовки курсовой работы. От того, насколько правильно и полно собран фактический материал, во многом зависит своевременное и качественное написание работы. Поэтому, прежде чем приступить к сбору материала, обучающемуся совместно с руководителем курсовой работы

необходимо тщательно продумать, какой именно фактический материал необходим для проведения исследования и составить, по возможности, специальный план его сбора и анализа.

После того, как изучена и систематизирована отобранная по теме литература, а также собран и обработан фактический материал, возможны некоторые изменения в первоначальном плане курсовой работы.

4.4 Конкретизация необходимых элементов курсовой работы

Каждая курсовая работа должна иметь четко определенные цель и задачи, объект, предмет и методы исследования. Их необходимо сформулировать до начала непосредственной работы над текстом и согласовать с руководителем курсовой работы.

Цель курсовой работы представляет собой формулировку результата исследовательской деятельности и путей его достижения с помощью определенных средств. Учитывайте, что у работы может быть только одна цель, которая отражает тему исследования.

Задачи конкретизируют цель, целесообразно выделить как минимум три-четыре задачи, которые будут следовать из содержания работы. Задачи исследования – это теоретические и практические результаты, которые должны быть получены в курсовой работе.

Постановку задач следует делать как можно более тщательно, т.к. их решение составляет содержание глав (параграфов, подпунктов) курсовой работы. В качестве задач может выступать либо решение подпроблем, вытекающих из общей проблемы, либо задачи анализа, обобщения, обоснования, разработки отдельных аспектов проблемы, ведущие к формулировке возможных направлений ее решения.

Объект исследования представляет собой хозяйствующий субъект, подверженный анализу в процессе написания курсовой работы.

Предмет исследования – процесс или явление, порождающие проблемную ситуацию и избранные для изучения, т.е. то, что находится в границах объекта исследования в определенном аспекте рассмотрения.

Методы исследования, используемые в работе, зависят от поставленных цели и задач, а также от специфики объекта изучения.

Это могут быть методы системного анализа, математические и статистические методы, сравнения, обобщения, экспертных оценок, теоретического анализа и т.д.

Впоследствии формулировка цели, задач, объекта, предмета и методов исследования составят основу введения к курсовой работе.

4.5 Написание основной части работы

Изложение материала должно быть последовательным и логичным. Общая логика написания параграфа сводится к стандартной логической схеме:

«Тезис - Доказательство - Вывод»

(количество таких цепочек в параграфе, как правило, ограничивается тремя – пятью доказанными тезисами).

Все разделы курсовой работы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу.

Использование цитат в тексте необходимо для того, чтобы без искажений передать мысль автора первоисточника, для идентификации взглядов при сопоставлении различных точек зрения и т.д. Отталкиваясь от содержания цитат, необходимо создать систему убедительных доказательств, важных для объективной характеристики изучаемого вопроса. Цитаты также могут использоваться и для подтверждения отдельных положений работы.

Число используемых цитат должно определяться потребностями разработки темы. Цитатами не следует злоупотреблять, их обилие может восприниматься как выражение слабости собственной позиции автора.

Оптимальный объем цитаты

– одно-два, максимум три предложения. Если цитируемый текст имеет большой объем, его следует заменять аналитическим пересказом.

Во всех случаях употребления цитат или пересказа мысли автора необходимо делать точную ссылку на источник с указанием страницы.

Авторский текст (собственные мысли) должен быть передан в научном стиле.

Научный стиль предполагает изложение информации от первого лица множественного числа («мы» вместо «я»). Его стоит обозначить хорошо известными маркерами: «По нашему мнению», «С нашей точки зрения», «Исходя из этого мы можем заключить, что...» и т.п. или безличными предложениями: «необходимо подчеркнуть, что...», «важно обратить внимание на тот факт, что...», «следует отметить...» и т.д.

Отдельные положения курсовой работы должны быть иллюстрированы цифровыми данными из справочников, монографий и других литературных источников, при необходимости оформленными в справочные или аналитические таблицы, диаграммы, графики.

При составлении аналитических таблиц, диаграмм, графиков используемые исходные данные выносятся в приложение, а в тексте приводятся результаты расчетов отдельных показателей (если аналитическая таблица по размеру превышает одну страницу, ее можно перенести в приложение).

В тексте, анализирующем или комментирующем таблицу, не следует пересказывать ее содержание, а уместно формулировать основной вывод, к которому подводят табличные данные, или вводить дополнительные показатели, более отчетливо характеризующие то или иное явление или его отдельные стороны.

Все материалы, являющиеся необходимыми для решения поставленных в работе задач, также выносятся в приложения.

4.6 Написание введения и заключения

Введение и заключение – очень важные части курсовой работы. Они должны быть тщательно проработаны, выверены логически, стилистически, орфографически и пунктуационно.

Структурно введение состоит из нескольких логических элементов, большинство из которых были сформулированы ранее (см. параграф 3.2) – на заключительном этапе необходимо лишь отредактировать их.

Во введении в обязательном порядке обосновываются:

- актуальность работы (необходимо аргументировать, в силу чего именно эта проблема значима для исследования);
- характеристика степени разработанности темы (краткий обзор имеющейся научной литературы по рассматриваемому вопросу, призванный показать знакомство автора со специальной литературой, его умение систематизировать источники, критически их рассматривать, выделять существенное, оценивать ранее сделанное другими исследователями, определять главное в современном состоянии изученности темы);
- цель и задачи работы;
- объект и предмет исследования;
- методы исследования;
- теоретическая база исследования (систематизация основных источников, которые использованы для написания своей работы);
- структура работы (название глав работы и их краткая характеристика).

По объему введение занимает 2-3 страницы текста, напечатанного в соответствии с установленными техническими требованиями.

Заключение содержит краткую формулировку результатов, полученных в ходе работы, указание на проблемы практического характера, которые были выявлены в процессе исследования, а также рекомендации относительно их устранения. В заключении возможно повторение тех выводов, которые были сделаны по главам, также здесь необходимо обобщить рекомендуемые мероприятия и привести сводку данных, характеризующих экономический эффект предложенных в работе мер по разрешению и/или совершенствованию изучаемого в работе вопроса.

Объем заключения – 1,5 – 2 страницы печатного текста.

4.7 Оформление курсовой работы

Курсовая работа оформляется на русском языке. Допускается параллельное оформление текста работы или ее части на иностранном языке (английском, немецком и французском и др.) в форме дополнительного приложения.

В тексте категорически запрещается применять:

- обороты разговорной речи, техницизмы, профессионализмы;
- для одного и того же понятия различные научно-технические термины (синонимы), а также иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов на русском языке;
- произвольные словообразования;
- сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии, соответствующими государственными стандартами, а также перечнем принятых сокращений в данном документе (помещаемом перед содержанием пояснительной записки);
- сокращать обозначения единиц физических величин, если они употребляются без цифр, за исключением единиц физических величин в головках и боковиках таблиц и расшифровках буквенных обозначений, входящих в формулы и рисунки.

В тексте документа числовые значения величин с обозначением единиц физических величин и единиц счета следует писать цифрами, а числа без обозначения единиц физических величин и единиц счета от единицы до девяти – словами.

Согласно 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», текст печатается на одной стороне листа белой бумаги стандартного формата А4 с полями: левое - 30 мм, правое- 15 мм, верхнее и нижнее - 20 мм.

Работа оформляется в виде текста, подготовленного на персональном компьютере с помощью текстового редактора и отпечатанного на принтере с одной стороны. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию, альбомная ориентация допускается только для таблиц и схем приложений.

Тип шрифта -Times New Roman; начертание – обычный; размер (кегель) -14 пт (пунктов); цвет - черный или авто.

Выравнивание текста - по ширине; красная (первая) строка - 1,25 см; расстояние между абзацами - 0 пт; междустрочный интервал – полуторный.

Кавычки в тексте работы должны иметь вид «Текст» (печатные кавычки). Использование кавычек вида — “Текст” не допускается.

Использование кавычек вида “Текст” возможно лишь в случае двойного цитирования («Текст: “Текст1”»).

Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту, при этом титульный лист считается первой страницей, содержание - второй и т.д.

Номера страниц проставляют в центре нижней части листа без точки. Титульный лист, реферат, содержание и первую страницу введения включают в общую нумерацию, но номер на странице не ставят.

Таким образом, номер страницы на данных листах не проставляется (нумерация страниц – автоматическая). Проставление нумерации начинается со второго листа введения.

Приложения не включаются в общую нумерацию страниц. Иллюстрации и таблицы на листе формата А3 учитываются как одна страница.

Правила оформления текстовых документов приводятся в ГОСТ 2.105-95 ЕСКД. В тексте допускаются только общепринятые сокращения.

Основная часть курсовой работы, как было указано выше, подразделяется на главы и параграфы. Каждая глава начинается с новой страницы, параграф – отступом от предыдущего текста.

Главы курсовой работы должны иметь порядковые номера в пределах всего текста, обозначенные арабскими цифрами без точки и записанные с абзацного отступа (1,2 и т.д.).

Параграфы должны иметь нумерацию в пределах каждой главы. Номер параграфа состоит из номера главы и параграфа, разделенных точкой (1.1, 1.2, 1.3; 2.1, 2.2; 3.1 и т.д.). В конце номера параграфа точка не ставится. Главы, параграфы и подпараграфы должны иметь заголовки, четко и кратко отражающие их содержание. Заголовки следует писать через один пробел после номера главы (параграфа, подпараграфа) без точки в конце, не подчеркивая, и располагать с абзацного отступа, выравнивая по ширине.

Слово «Глава» не пишется. Слово «параграф» или значок параграфа в названии не ставятся. В конце заголовка точка не ставится.

Заголовки глав печатают прописными буквами, а заголовки параграфов и подпараграфов печатают строчными буквами (кроме первой прописной).

Если заголовок первого уровня не помещается на одной строке, то на нижнюю строку переносят слово полностью. Разрыв слов при переносе не допускается.

Пример оформления:

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Структура внутренних коммуникаций в организации

Переносить слова в заголовках не допускается. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Первая буква названия параграфа должна располагаться под первой буквой названия главы.

Расстояние между заголовком главы и заголовком параграфа – четыре интервала (24 пт).

Расстояние между заголовком главы (раздела) и текстом, если заголовок параграфа отсутствует – четыре интервала (24 пт).

Расстояние между заголовком параграфа и текстом – три интервала (18 пт).

Расстояние между текстом и заголовком следующего параграфа – три интервала (18 пт).

Расстояние между заголовком параграфа и заголовком подпараграфа – три интервала (18 пт).

Расстояние между заголовком подпараграфа и текстом – два интервала (12 пт).

Расстояние между текстом и заголовком следующего подпараграфа – два интервала (12 пт).

Заголовки параграфов и подпараграфов не должны выполняться в конце листа, необходимо, чтобы за ними следовало не менее трех строк текста, в противном случае – размещение производить на следующей странице.

Заголовки: «РЕФЕРАТ», «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» выполняют симметрично тексту (по центру) без абзацного отступа, без нумерации прописными буквами. Межстрочный интервал между перечисленными наименованиями и текстом составляет четыре интервала (24 пт).

Графический и цифровой материал, как правило, оформляется в виде таблиц, графиков, диаграмм, иллюстраций и имеет по тексту отдельную нумерацию для каждого вида материала, выполненную последовательно

арабскими цифрами в пределах раздела. Номер должен состоять из номера раздела и порядкового номера таблицы/рисунка, разделенного точкой, например «Таблица 1.2».

Допускается сквозная нумерация материалов в пределах всей работы. При этом обязательно делается надпись по левому краю «Таблица» и по центру «Рисунок» с указанием порядкового номера, название таблицы, рисунок записывается в той же строке.

Материалы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Если в приложении к работе одна таблица, то она должна быть обозначена «Таблица А.1», где А – номер приложения.

Фактический цифровой материал приводят в виде таблиц. Таблицы применяются для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Каждая таблица должна иметь название, которое должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Каждая таблица оформляется в соответствии с требованиями статистики, должна иметь четкий тематический заголовок, полностью соответствующий ее содержанию.

Название таблицы следует помещать над таблицей слева. Расстояние между текстом и названием таблицы – три интервала

(18 пт); расстояние между названием таблицы и её границей – 0 пт.

После таблицы также необходим отступ в три интервала или 18 пт.

На все таблицы должны быть указания в тексте работы. Таблицы в зависимости от их размера следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или в начале следующей страницы.

Слово «Таблица» указывают слева над таблицей без абзацного отступа с прописной буквы.

Далее указывают номер таблицы арабскими цифрами. В конце номера таблицы и названия таблицы точку не ставят. После номера таблицы ставят тире, а затем дают наименование (заголовок) таблицы.

Если название таблицы не помещается на одну строку, то следующая строка должна размещаться под первой буквой названия, которое выравнивается по ширине.

Таблицы слева, справа и снизу, как правило, ограничивают линиями. Важно, чтобы границы таблицы не выходили за границы основного текста.

Допускается применять размер шрифта и межстрочного интервала в таблице меньший, чем в тексте (12 размер шрифта, 1 межстрочный интервал).

При этом должно наблюдаться единообразие в оформлении всего иллюстрационного материала, т.е. все таблицы и рисунки должны быть выдержаны в одном стиле.

Следует различать самостоятельно составленные таблицы и заимствованные из какого-либо источника; во втором случае под таблицей указывается ссылка на данный источник с обязательным указанием номера страницы:

Таблица n.m - Название таблицы

Наименование столбца	Наименование столбца	Наименование столбца	Наименование столбца	Наименование столбца

Источник: Российский статистический ежегодник. – М., 2017. С. 364.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1.2» - выравнивание по правому краю. При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью.

При переносе части таблицы на другую страницу столбцы в первой части нумеруют и повторяют нумерацию столбцов на следующих листах:

Таблица n – Название таблицы

Наименование столбца	Наименование столбца	Наименование столбца	Наименование столбца	Наименование столбца
1	2	3	4	5

----- разрыв страницы -----

Продолжение таблицы n

1	2	3	4	5

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф — со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение.

В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

При необходимости таблицу можно разместить горизонтально.

Примечание к таблице печатается с прописной буквы с абзаца, не подчеркивая. Его помещают в конце таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы.

Во всех таблицах должны быть проставлены единицы измерения. Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице измерения, то ее обозначение можно помещать через запятую после названия таблицы.

Цифры в графах таблиц должны иметь одинаковую разрядность и располагаться одна под другой (приветствуется выравнивание числовых значений по центру граф).

Рисунки также являются частью иллюстрационного материала и имеют особые требования к оформлению. Словом «рисунок» обозначаются все

иллюстративные примеры, графики, диаграммы и т.п. Они располагаются, как правило, по центру страницы.

Рисунок обязательно должен иметь название, которое располагается под рисунком по центру страницы и пишется с прописной буквы. Между номером рисунка и названием ставится тире; точка в конце номера и названия рисунка не ставится.

На все рисунки должны быть указания в тексте работы и располагать их необходимо, как и в отношении таблиц, непосредственно после текста, в котором он упоминается впервые, или в начале следующей страницы.

Расстояние между текстом и рисунком должно составлять два интервала (12 пт). После названия рисунка также необходим отступ в два интервала или 12 пт.

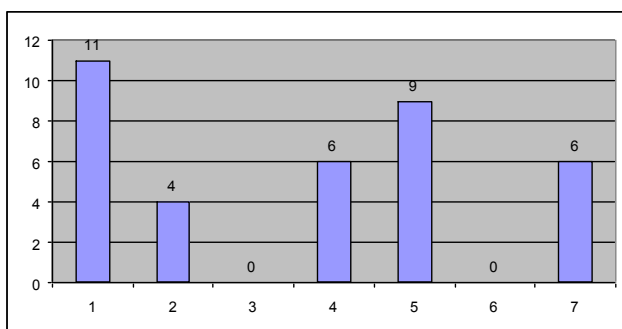


Рисунок 1 – Количество публикаций за 7 месяцев 2016 г.

Источник: Российский статистический ежегодник. – М., 2017. С. 364.

Следует различать самостоятельно собственные рисунки (схемы, графики, диаграммы, составленные по данным из различных источников) и заимствованные из какого-либо источника; во втором случае под рисунком указывается ссылка на данный источник с обязательным указанием номера страницы.

Допускается цветное оформление иллюстрационных материалов (схем, графиков, диаграмм) и применение в рисунках

12 размера шрифта и одинарного межстрочного интервала.

Если в тексте приводят расчеты, то необходимо указывать расчетные формулы.

Формулы приводятся на отдельной строчке – выравнивание по центру. Каждая формула нумеруется сквозной нумерацией или в пределах раздела. Номер проставляется в той же строчке, что и формула, в круглых скобках, у правого поля листа. Ссылки в тексте на порядковые номера формул и уравнений даются в скобках.

Формулы и уравнения записываются в одну строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено два интервала (12 пт); расстояние между пояснением к формуле и основным текстом 0 пт.

Если формула или уравнение не помещается в одну строку, то формула переносится на другую строку после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют.

После формулы обязательно приводится расшифровка использованных обозначений. В качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими стандартами. Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулы, если они не пояснены ранее в тексте, должны быть приведены непосредственно под ней в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают без абзацного отступа со слова «где», двоеточие после него не ставят. После формулы ставится запятая.

Например, размер собственных оборотных средств определяется по формуле:

$$COC = TA - TP, \quad (1.2)$$

где TA – текущие активы, тыс. руб.; TP – текущие пассивы, тыс. руб.

Приветствуется отражение формул, выполненных в текстовом редакторе или настольной редакторской системе.

Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, разделяют запятой.

Каждая формула приводится в тексте один раз. Если ее используют в нескольких расчетах, каждый раз делают ссылку.

Перечисления в тексте можно оформлять нумерованным и/или маркированным списком.

Маркированные списки используются при перечислении или выделении отдельных фрагментов текста. Перед каждым элементом перечисления следует ставить дефис (–) (другие символы маркера:

□ , □ и т.п. не допускаются).

Нумерованные списки полезны в тех случаях, когда в тексте работы нужно сделать ссылки на пункты этого списка. В этом случае используют строчную букву (за исключением Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь) или цифру после которой ставится скобка.

После предложения, вводящего список, ставится двоеточие. Элементы списка пишутся со строчной буквы, если они составляют одно предложение с вводным предложением.

Если элементы списка имеют самостоятельное значение (как правило, в этом случае после наименования элемента пишется его описание или объяснение), их записывают с прописной буквы и после каждого порядкового номера ставится точка.

Ссылки на литературные источники приводят в квадратных скобках с указанием номера источника в списке использованной литературы (например, [24]). Они обязательны при:

- цитировании;
- заимствовании положений, формул, таблиц, иллюстраций;
- необходимости указания на источник, в котором более полно изложен рассматриваемый вопрос;
- анализе опубликованных работ.

В противном случае, представленный в работе текст расценивается как плагиат.

Список использованных источников представляет собой библиографическое описание использованных источников, которое осуществляется в соответствии с

ГОСТ 7.32-2017. Он должен включать не менее 25 источников, расположенных в алфавитном порядке по разделам в следующей последовательности:

- 1) нормативные правовые источники;
- 2) учебники, монографии, брошюры;
- 3) диссертации и авторефераты диссертаций;
- 4) периодические издания;
- 5) иностранная литература;
- 6) электронные ресурсы.

Нормативно-правовые акты располагаются в соответствии с их иерархической принадлежностью.

Специальная научная и учебная литература оформляется в алфавитном порядке – по фамилиям авторов, заглавиям книг (если автор не указан или авторов больше трех), и указываются выходные данные работы. Например,
1 Игнатов, В. Г. Государственная служба субъектов РФ: Опыт сравнительно-правового анализа: науч.-практ. пособие / В. Г. Игнатов. – Ростов-на-Дону: СКАГС, 2015. – 319 с.

При оформлении статей из периодических изданий (журналов, газет), указываются: автор (фамилия и первая буква имени), название статьи, название периодического издания, год и номер издания, страницы используемой статьи (их пишут с большой буквы). Например,

1 Браверман А., Саулин А. Интегральная оценка результативности предприятий. // Вопросы экономики. – 2016. – № 6. – С. 15-23.

При использовании интернет-изданий указываются полный адрес сайта и дата обращения к сайту. Например,

1 Web of Science. — URL: (дата обращения 15.11.2016).

Сведения об источниках следует нумеровать арабскими цифрами и писать с абзацного отступа.

Курсовая работа обязательно должна содержать приложения, которые выделяются как структурная единица документа словом ПРИЛОЖЕНИЕ, расположенным по центру отдельного листа.

В приложения выносятся формы отчетности по исследуемому вопросу, на основании которых выполнялись расчеты, а также другой объемный аналитический материал (графики, таблицы, рисунки, копии подлинных документов и т.п.).

Каждое приложение начинается с новой страницы с указанием наверху по центру слова «ПРИЛОЖЕНИЕ», которое должно иметь обозначение (заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, кроме Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ) и заголовка.

Заголовок приложения, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

При вынесении материала в приложение следует группировать связанные по смыслу таблицы и рисунки в одно приложение.

Все используемые в научной работе материалы даются со ссылкой на источник: в тексте после упоминания материала проставляются в квадратных скобках номер, под которым он значится в списке использованных источников, например [5, с. 54].

4.8 Порядок проверки курсовой работы на наличие незаконных заимствований в системе «Антиплагиат»

Проверка курсовой работы в Системе «Антиплагиат» (далее – Система) является составной частью реализуемого в академии процесса контроля соблюдения академических норм в написании курсовых и выпускных квалификационных работ.

Система «Антиплагиат» – программная система, предназначенная для проверки текстовых документов на наличие заимствований из источников, находящихся в свободном доступе в сети Интернет.

Курсовые работы обучающихся по образовательным программам ВО всех форм обучения, подлежат обязательной проверке в Системе в целях определения доли авторского текста (оригинальности) и выявления источников возможного заимствования

Письменные работы (без перечня источников информации и приложений), подлежащие проверке в Системе, предоставляются исключительно в электронном виде (в форматах .doc, .rtf, .txt в не заархивированном виде) для их загрузки в Систему. Не допускается представление письменных работ в виде презентации в формате .ppt.

Изначально обучающийся обязан предоставить руководителю курсовую работу в электронном виде в целях обеспечения первой проверки исследования в Системе.

Обучающийся допускается к защите курсовой работы при наличии в ней не менее 45% оригинального текста, что должно быть зафиксировано в отчете о проверке исследования на плагиат. Процент оригинальности текста выше минимального порога считается вполне допустимым.

При наличии в курсовой работе менее 45% оригинального текста, она отправляется на доработку при сохранении ранее установленной темы и после этого подвергается повторной проверке.

При повторной проверке работа, имеющая менее 45% оригинального текста, в течение 3-х дней должна быть доработана при сохранении ранее установленной темы и после этого подвергается окончательной проверке.

Если после проведения руководителем курсовой работы окончательной проверки уровень оригинальности не достигает установленного минимального рубежа в 45%, курсовая работа не допускается к защите.

Итоговая проверка курсовой работы в Системе должна быть выполнена за 2 недели до защиты работы.

Обучающийся, не допущенный к защите курсовой работы, считается не выполнившим учебный план и подлежит отчислению из академии.

При несогласии обучающегося с решением руководителя по результатам проверки курсовой работы в Системе заведующий выпускающей кафедрой, на которой выполняется данная работа, назначает комиссию для повторной ее проверки на наличие плагиата. Окончательное решение о допуске работы к защите принимается на заседании кафедры.

Все курсовые работы обучающихся (полный текст) подлежат загрузке в электронно-библиотечную систему академии.

Доступ лиц к текстам курсовых работ должен быть обеспечен в соответствии с законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя.

После проведения проверок курсовых работ руководителем формируется справка о проверке на наличие незаконных заимствований и прикладывается к работе (ПРИЛОЖЕНИЕ Е).

4.9 Защита курсовой работы

Курсовая работа выполняется в сроки, предусмотренные рабочим учебным планом, и сдается руководителю на проверку и нормоконтроль в сроки, предусмотренные календарным планом, но не позднее, чем за две недели до начала зачётно- экзаменационной сессии. Несвоевременное выполнение курсовой работы считается академической задолженностью и ликвидируется обучающимся в установленном академией порядке.

На проверенную курсовую работу руководитель в обязательном порядке пишет отзыв по строго установленной в академии форме (ПРИЛОЖЕНИЕ Д). В отзыве дается оценка уровня сформированности компетенций, соответствия работы предъявляемым требованиям, содержание и структура работы, степень самостоятельности, теоретическая и практическая значимость выводов и предложений, а также уровень грамотности (общий и специальный). В отзыве отмечаются положительные качества работы и недостатки.

Если, по мнению руководителя, курсовая работа заслуживает неудовлетворительной оценки и подлежит переработке, то в отзыве указываются недостатки, которые следует устранить и/или доработать. После устранения недостатков работа представляется на повторную проверку.

Если представляется несколько курсовых работ с идентичным содержанием, что не отражает степень самостоятельности выполнения работы, все эти работы возвращаются исполнителям на переработку и повторное рецензирование, после чего обучающийся приступает к процедуре защиты работы.

К защите КР допускается лицо, успешно завершившее в полном объеме освоение дисциплины, предусмотренной основной образовательной программой по направлению подготовки студентов 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, разработанной в соответствии с требованиями ФГОС ВО. Допуск к защите КР осуществляется преподавателем, ведущим дисциплину, который является руководителем КР.

К защите допускаются работы, на титульном листе которых отражена дата регистрации работы на кафедре и подпись преподавателя.

При подготовке курсовой работы к защите следует:

- составить план выступления, в котором необходимо отразить актуальность темы, самостоятельный характер выполнения работы, главные выводы и/или предложения, их краткое обоснование и практическое применение – с тем, чтобы в течение

3-5 минут представить достоинства курсового исследования;

- подготовить иллюстрационный материал: схемы, таблицы, графики и др. наглядную информацию для использования во время защиты. Конкретный вариант наглядного представления результатов определяется форматом процедуры защиты курсовой работы (коллоквиум, научный семинар, индивидуальные выступления перед членами комиссии и т.д.), которая уточняется на кафедре или у руководителя курсовой работы;

- продумать ответы на замечания руководителя, попробовать аргументировать собственную позицию.

Защита курсовой работы является обязательной процедурой, которая оказывает существенное влияние на выставление итоговой оценки проведённого исследования.

По решению кафедры для защиты курсовых работ может быть утверждена комиссия. Число членов комиссии для защиты курсовой работы должно составлять не более трех человек. Состав комиссии определяется заведующим кафедрой.

Повторная защита курсовых работ для обучающихся, которые по уважительной причине не вышли на защиту курсовой работы, назначается либо в период проведения зачётной недели, либо в дополнительную сессию по решению кафедры.

Общее число защит не может превышать двух раз.

Хранение курсовых работ осуществляется согласно номенклатуре дел кафедры.

Процедура защиты КР включает следующие этапы:

- Вступительное слово: сообщение о содержании работы (7-10 минут).
- Вопросы к автору работы и ответы на них.
- Выступление присутствующих.
- Заключительное слово: ответы на замечания и благодарности.
- Непременно следует благодарить всех, кто задает вопросы.

Вступительное слово

- Во вступительном слове автор излагает основное содержание работы: цели и задачи, материал, актуальность и новизну, выводы исследования, а также его перспективы.
- Сообщение должно быть заранее продумано, написано, а также прочитано вслух (и не один раз) с учетом хронометража.
- Нарушение регламента считается серьезным нарушением защиты КР.
- Необходимо помнить, что письменный текст в устной форме слушается и воспринимается плохо, поэтому при составлении вступительного слова следует учитывать особенности устного изложения. При чтении выступления вслух студент легко обнаружит те фрагменты текста, которые следует исправить, поскольку их произнесение и восприятие смысла будут затруднены.
- Вступительное слово должно производить впечатление непринужденного, свободного, с элементами импровизации рассуждения на определенную тему, что также требует специальной работы над текстом выступления.
- Неблагоприятное впечатление производит чтение текста выступления, когда студент не может оторваться от листа и просто прочитывает текст. Чтение вслух вступительного слова «по написанному» производит впечатление неспособности студента свободно ориентироваться в собственном (!) исследовании.

Вопросы слушателей

- После выступления студента следуют вопросы присутствующих на защите. На вопросы необходимо отвечать кратко, точно.
- Если вопрос не совсем ясен выступающему, то возможна просьба о его уточнении. Иногда волнение не позволяет сразу сформулировать ответ на поставленный вопрос. В этом случае можно сказать, что вы ответите на вопрос позже.

- Можно (с разрешения научного руководителя) даже сесть и подумать над вопросом, однако это не приветствуется на защитах: предполагается, что в своей теме студент ориентируется достаточно свободно.

Заключительное слово

В заключительном слове студент выражает благодарность научному руководителю и всем тем, кто, по мнению студента, способствовал успешному выполнению его работы.

5 РУКОВОДСТВО И ОЦЕНИВАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы осуществляется под непосредственным контролем руководителя.

Руководитель курсовой работы:

- оказывает практическую помощь обучающемуся в выборе темы курсовой работы;
- консультирует по подбору литературы и фактического материала, рекомендует обучающемуся основные и дополнительные источники по выбранной теме;
- согласовывает содержание и корректирует рабочий план курсовой работы, разработанный обучающимся самостоятельно;
- оказывает помощь в выборе методики проведения исследования;
- проводит текущие консультации по выполнению курсовой работы;
- осуществляет систематический контроль за ходом выполнения курсовой работы в соответствии с графиком ее выполнения;
- осуществляет проверку и рецензирование курсовой работы;
- выявляет недостатки работы, которые необходимо устранить к моменту защиты;
- определяет готовность работы и дает заключение о возможности ее допуска к защите;
- назначает дату и время защиты;
- участвует в работе комиссии по защите курсовых работ или принимает её самостоятельно;
- выставляет итоговую оценку курсовой работы по результатам защиты и качеству исполнения.

Качество исполнения курсовой работы оценивается руководителем, а результаты защиты либо только руководителем, либо членами комиссии по защите курсовых работ (если это решение было принято на заседании кафедры).

Критерии и шкалы оценивания приведены ниже.
По результатам защиты курсовой работы выставляется интегральная оценка по 4-х балльной шкале оценивания, которая распространяется на все запланированные образовательные результаты в форме *знать, уметь, владеть*, указанные в задании на курсовую работу.

Таблица 5.1. - Типовые критерии и шкала оценивания результатов оценки курсовой работы

Балл за			Уровень приобретения	Критерии оценивания уровня приобретенных владений
Знания	Умения	Владения		
5	5	5	Максимальный уровень	В работе содержатся элементы научного творчества и делаются самостоятельные выводы, достигнуты все результаты, указанные в задании, качество оформления работы соответствует установленным в академии требованиям и при защите обучающийся проявил отличное владение материалом работы и способность аргументировано отвечать на поставленные вопросы по теме работы
4	4	4	Средний уровень	В работе достигнуты все результаты, указанные в задании, качество оформления работы соответствует установленным в академии требованиям и при защите обучающийся проявил хорошее владение материалом работы и способность аргументировано отвечать на поставленные вопросы по теме работы
3	3	3	Минимальный уровень	В работе достигнуты основные результаты, указанные в задании, качество оформления работы в основном соответствует установленным в академии требованиям и при защите обучающийся проявил удовлетворительное владение материалом работы и способность отвечать на большинство поставленных вопросов по теме работы
2	2	2	Минимальный уровень не достигнут	В работе не достигнуты основные результаты, указанные в задании или качество оформления работы не соответствует установленным в академии требованиям, или при защите обучающийся проявил неудовлетворительное владение материалом работы и не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме работы

Таблица 5.2.- Критерии оценки содержания курсовой работы (КР)

№ п/п	Критерии оценки КР	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
1	Актуальность темы КР	Особо актуальна	Достаточно актуальна	Недостаточно актуальна	Неактуальна
2	Степень соответствия темы	Полностью соответствует	Достаточно соответствует	Частично соответствует	Не соответствует

	направлению				
3	Соответствие содержания КР избранной теме	Полностью соответствует	Достаточно соответствует	Частично соответствует	Не соответствует
4	Обоснование объекта, предмета, целей, задач и методологии исследования	Обоснованы полностью	Обоснованы в достаточной степени	Обоснованы в недостаточной степени	Не обоснованы
5	Наличие практической части	В полной мере	В достаточной степени	Частично	Отсутствует
6	Наличие теоретического обзора	В полной мере	В достаточной степени	Частично	Отсутствует
7	Степень владения навыками работы с первоисточниками, монографиями, научными статьями, периодической печатью, статистическими источниками (анализ и интерпретация)	В полной мере	В достаточной степени	Частично	Отсутствует
8	Степень использования информационных технологий	В полной мере	В достаточной степени	Частично	Отсутствует
9	Полнота, логичность и аргументированность изложения фактического материала	В полной мере	В достаточной степени	Частично	Отсутствует
10	Обоснованность выводов и практических рекомендаций, выработанных в результате выполнения КР	Обоснованы полностью	Обоснованы в достаточной степени	Обоснованы в недостаточной степени	Не обоснованы
11	Соблюдение требований Государственных стандартов	В полной мере	В достаточной степени	Частично	Отсутствует

«Отлично» – по всем критериям получены оценки «отлично», не более одного критерия «хорошо».

«Хорошо» – по всем критериям получены оценки «хорошо» и «отлично», не более одного критерия «удовлетворительно».

«Удовлетворительно» – по всем критериям оценки положительные, не более одного критерия «неудовлетворительно».

«Неудовлетворительно» – получено по критериям более одной неудовлетворительной оценки.

Таблица 5.3. - Критерии оценки защиты курсовой работы

№ п/п	Элементы оцениваемые при защите КР	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
1	Умение четко, ясно изложить содержание КР	Доклад четкий с соблюдением отведенного лимита времени, дающий полной представление о выполненной работе	Доклад четкий с незначительными отступлениями от предъявляемых требований	Доклад с отступлением от регламента времени и требуемой последовательности изложения материала	Доклад, в котором не раскрыто содержание дипломной работы со значительным отступлением от регламента времени
2	Умение обосновать и отстаивать сделанные в ходе исследования выводы	Уверенно	Не достаточно уверенно	Не уверенно	Отсутствует
3	Уровень знания нормативно-правовых актов и других источников	Высокий	Хороший	Удовлетворительный	Неудовлетворительный
4	Качество профессиональной дискуссии	Отличное	Хорошее	Удовлетворительное	Неудовлетворительное
5	Умение в докладе сделать выводы о проделанной работе в КР	Правильные, грамотные	Достаточно правильные, грамотные	Не достаточно правильные и грамотные	Слабые

«Отлично» – по всем критериям получены оценки «отлично», не более одного критерия «хорошо».

«Хорошо» – по всем критериям получены оценки «хорошо» и «отлично» не более одного критерия «удовлетворительно».

«Удовлетворительно» – по всем критериям оценки положительные, не более одного критерия «неудовлетворительно».

«Неудовлетворительно» – получено по критериям более одной неудовлетворительной оценки.

Итоговая оценка по КР выставляется в соответствии с критериями, с учетом оценки руководителя работы.

Таблица 5.4. - Итоговая оценка курсовой работы

Итоговая оценка	Если получены оценки:			Оценка научного руководителя
	Содержание КР	Защиту КР	Уровень освоения компетенций	
Отлично	Отлично	Отлично, хорошо	Отлично	Отлично
Хорошо	Отлично, хорошо	Хорошо, удовлетворительно	Отлично, хорошо	Отлично, хорошо
Удовлетворительно	Отлично, хорошо, удовлетворительно	Удовлетворительно, неудовлетворительно	Отлично, хорошо, удовлетворительно	Хорошо, удовлетворительно

6. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕОРИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

1. Роль PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
2. Принципы, формы и методы взаимодействия PR специалиста с прессой
3. Основные этапы планирования и проведения PR-кампаний.
 1. PR деятельность с внешней аудиторией.
 2. PR деятельность с внутренней аудиторией.
 3. Преимущества и недостатки электронных СМИ для PR кампаний.
 4. Исторические корни и социальные причины возникновения связей с общественностью как профессии и бизнеса.
 5. Роль связей с общественностью в современном обществе.
 6. Общественность и общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования.
 7. Правовое обеспечение связей с общественностью.
 8. Связи с общественностью в современных организациях.
 9. Организация и планирование работы PR-отдела.
 10. Принцип и формы взаимоотношений PR-служб с различными СМИ
 11. Организация PR-кампаний.
 12. Социологические исследования в связях с общественностью.
 13. Бизнес PR-технологии.
 14. Политические PR-технологии.
 15. Информационные PR-технологии.
 16. Формирование имиджа и репутации территориального образования.
 17. Имидж муниципального служащего и технологии его формирования.
 18. Организация и проведение политической кампании.
 19. Реализация государственной информационной политики.
 20. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
 21. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.

22. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
23. Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
24. Политическое консультирование: типы, виды и формы.
25. Технологии политического консультирования.
26. Пресс-клиппинг как PR - технология.
27. PR-технологии в привлечении инвестиций.
28. Проблемы классификации и основные направления в области связей с общественностью;
29. Отрасли-лидеры по использованию приемов и методов в области связей с общественностью;
30. Проблема определения приемов и методов создания имиджа и управления репутацией;
31. Основные виды специальных PR-мероприятий;
32. Основные требования к корпоративному стилю и имиджевой корпоративной рекламе;
33. Характеристика особенностей формирования и развития российской Школы «публик рилейшнз»;
34. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение;
35. Различные критерии оценки эффективности PR;
36. Основные элементы, приемы, методы и правила разработки коммуникационных и информационных технологий;
37. Особенности использования средств коммуникации в кризисных коммуникациях;
38. Виды средств коммуникаций и характеристика эффективности воздействия каждого из них на целевые и ключевые аудитории;
39. Влияние психологического воздействия на динамику и направление активности социальных групп в обществе;
40. Влияние социокультурных факторов на проведение кампаний в сфере связей с общественностью;

41. Влияние средств массовой информации на массовое сознание;
42. Использование тендерных стереотипов при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
43. Значение фольклора и постфольклора в связях с общественностью;
44. Использование мифов при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
45. Проблема манипулятивных технологий при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
46. Психолингвистические технологии в связях с общественностью;
47. Использование цвета и формы при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
48. Роль стереотипов в связях с общественностью;
49. Использование суггестивных технологий при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
50. Сравнительная характеристика рекламы, связей с общественностью и маркетинга;
51. Объект восприятия и образ;
52. Современные подходы к проблеме изучения мифа;
53. Стихийно-объективный характер возникновения мифа;
54. Трансформация мифа как социально-исторической коммуникации;
55. Исторические особенности взаимоотношения мифа и рациональности в культуре;
56. Формы использования мифа для легитимизации власти;
57. Миф в структуре массового сознания;
58. Миф как форма ментальной репрезентации;
59. Использование мифа как механизма воздействия на массовое сознание;
60. Терапевтические функции мифа;
61. Проблема массового сознания в информационном обществе;
62. Мифологизация сознания как механизм массовой идентификации;

63. Механизмы мифологизации массового сознания в условиях информационного общества;
64. Мифологизация сознания как средство социальной адаптации;
65. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью;
66. Потребитель как целевая аудитория связей с общественностью и рекламы;
67. Конфликтологическая компетентность специалиста по связям с общественностью в организации;
68. PR - технологии в общественной эколого-ориентированной деятельности;
69. Формирование имиджа в профессиональной эколого-ориентированной деятельности (экологический аудит, мониторинг, экологическое образование и т.д.);
70. Значение связей с общественностью в продвижении экологического воспитания в России;
71. Связи с общественностью в экологической сфере;
72. Создание и продвижение бренда в сфере спорта;
73. Организация кампании по связям с общественностью футбольного клуба;
74. Связи с общественностью как функция органов государственной власти;
75. Связи с общественностью как ключевой элемент социально-этического маркетинга;
76. Средства связей с общественностью в регулировании межконфессиональных отношений;
77. Развитие профессионально-важных качеств будущих специалистов по связям с общественностью в процессе профессионально-ориентированного обучения;

78. Применение невербальной коммуникации в области связей с общественностью;
79. Критерии, показатели и уровни формирования позитивного имиджа высшего учебного заведения;
80. Разработка концепции позиционирования среднего учебного заведения;
81. Разработка методики определения эффективности мероприятий в сфере связей с общественностью;
82. Проблемы восприятия потребителем рекламных, носителей при проведении кампании по связям с общественностью;
83. Психологическая безопасность личности в сфере связей с общественностью;
84. Проблемы организации кампании по связям с общественностью в муниципальных органах власти;
85. Методы и технологии проведения кампаний по связям с общественностью при продвижении Интернет проектов;
86. Особенности рекламной коммуникации в PR;
87. Особенности деятельности отделов PR в госучреждениях, политических и общественных структурах (сравнительный анализ);
88. Взаимодействие служб PR со СМИ, проблемы и перспективы (отечественный опыт)
89. Работа департамента PR в Российских коммерческих структурах;
90. Коммуникативная компетентность сотрудника PR
91. Условия и факторы эффективной работы специалиста по связям с общественностью;
92. Проницательность как основа профессиональной деятельности специалиста по PR;
93. Корпоративное позиционирование организации с помощью PR-инструментария;
94. Применение PR-технологий в лоббировании интересов социальных организаций;

95. Использование антикризисных PR-технологий в социальной организации.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Основная литература

1. Варакута С.А. Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>
2. Ореховская Н.А. PR в сфере социальной коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - М.: Альфа-М, 2013. - 198 с.:
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=448801>
- 3 . Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных орг-ций и проектов: Учеб. / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 329 с
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=766813>
- 4.Бузн Е.Н. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406724>

5. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом: учеб. Пособие.- М.: Вузовский учебник,2011.-207 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=448801>

Дополнительная литература

1. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетологов. – М., 2002.
2. Богданов Е., Зазыкин В. Психологические основы «Паблик рилейшнз». – СПб., 2003.
3. Бодуан Ж.-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз:

предмет и мастерство. – М., 2001.

4. Бочаров М.П. История Паблик рилейшнз. Нравы, бизнес, наука. – М., 2000.

5. Василенко А.Б. Пиар крупных российских корпораций. – М, 2001.

6. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью. – М., 2001.

7. Горчева А.Ю. Политический менеджмент: исторический опыт России. – М, 2002.

8. Калиберда Е.Г. Связи с общественностью: вводный курс. – М., 2004.

9. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. Практикум. – М., 2008.

10. Кочеткова А.В., Филиппов В.И., Скворцов Я.Л., Тарасов А.С.

Теория практика СО. – Спб, 2008.

11. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. Учебное пособие. – М., 2008.

12. Марков С.М. PR в России больше чем PR. – М, 2002.

13. Сайтел Ф. Современные Паблик рилейшнз. – М., 2002.

7.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. Национальная ассоциация телерадиовещателей - www.nat.ru

2. Ассоциации коммуникационных агентств России - www.akarussia.ru

Аналитический центр Видео Интернешнл - www.acvi.ru

3. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям - www.farpmc.ru

4. Фонд «Общественное мнение» - www.fom.ru

5. Россвязькомнадзор - www.rsoc.ru

**8 ВОЗМОЖНОСТЬ ДОСТУПА ОБУЧАЮЩИХСЯ К ЭЛЕКТРОННЫМ РЕСУРСАМ
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ**

№	Наименование электронного ресурса	Принадлежность	Ссылка на ресурс	Наименование организации-владельца, реквизиты договора на использование	Доступность
1	2	3	4	5	6
1.	Web-ресурс «Электронная образовательная среда»	собственный	http://185.18.111.102/moodle/index.php	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
2.	Коллекция CD и DVD в фонде научной библиотеке Академии ИМСИТ	собственный	Компакт-диски (CD- ROM и DVD-ROM	НАН ЧОУ ВПО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий»	Полная коллекция - в электронном читальном зале научной библиотеки
3.	«Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM»	сторонний	http://znanium.com	ООО «Научно-издательский центр «ИНФРА-М». Договор № 2500 эбс от -25.09.2017 г. Срок действия - до 25.09.2018 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
4.	ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru»	сторонний	http://ibooks.ru/	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г. Срок действия - до 25.01.2019 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
5.	Электронные Периодические издания	сторонний	http://elibrary.ru	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
6.	Справочно-правовая база «Консультант Плюс»	сторонний	Локальная сеть Академии ИМСИТ	Консультант-Плюс в г. Краснодаре Договор о сотрудничестве № ИП-2 от 24.05.2007 г. действует по настоящее время	С компьютеров академии
7.	Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ»	собственный	http://imsit.ru	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
8.	Учебно-методические компьютерные комплексы «Диполь» (12 МОДУЛЕЙ)	собственный	Локальная сеть академии PSS:\DIPOL\	Корпорация «Диполь» ЗАО, Договор №24/М от 31 марта 2015 года от поставке учебно-методических компьютерных комплексов	С компьютеров локальной сети академии

9 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

9.1 Компетенции обучающегося, формируемые в результате написания курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью»

Название компетенции	Краткое содержание / определение и структура компетенции	Характеристика (обязательного) порогового уровня сформированной компетенции у выпускника вуза
ОПК-1	<p>способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p>	<p>знать: особенности связей с общественностью; основных методов исследований в связях с общественностью;</p> <p>уметь: использовать основные понятия и категории public relations, понимать основные закономерности их построения в учреждениях; осуществлять функции секретаря, секретаря-референта руководителей; вести базы данных по различным аспектам социально-политического и экономического развития регионов;</p> <p>владеть: навыками подготовки информационных материалов, публичного выступления, ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки и электронной коммуникации;</p>
ОПК- 2	<p>владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и</p>	<p>Знать: нормативно-правовые документы отделов профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: анализировать информацию, выраженную в текстовой, устной и</p>

	отделах связей с общественностью	мультимедийной форме; Владеть: базовыми навыками создания текстов и документов, применяемых в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК – 6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: приемы делового общения, умением устанавливать, развивать и поддерживать межличностные отношения с представителями государственных, коммерческих и общественных структур; Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; Владеть: знаниями и навыками работы в пресс-службах, центрах общественных связей коммуникационных агентствах

9.2 Оценка уровня сформированности компетенций

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания компетенций</i>	<i>Шкала оценивания</i>
ОПК-1 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
Знает: основополагающие понятия и термины в области рекламы и связей с общественностью. Умеет: ориентироваться в различных средствах и каналах рекламы и связей с общественностью. Владеет: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности.	Знает: основополагающие понятия и термины в области рекламы и связей с общественностью.	Пороговый уровень (удовлетворительно)
	Знает: основополагающие понятия и термины в области рекламы и связей с общественностью. Умеет: ориентироваться в различных средствах и каналах рекламы и связей с общественностью.	Продвинутый уровень (хорошо)
	Знает: основополагающие понятия и термины в области рекламы и связей с общественностью. Умеет: ориентироваться в различных средствах и каналах рекламы и связей с	Высокий уровень (отлично)

	<p>общественностью. Использовать основные понятия и категории public relations, понимать основные закономерности их построения в учреждениях; осуществлять функции секретаря, секретаря-референта руководителей; вести базы данных по различным аспектам социально-политического и экономического развития регионов</p> <p>Владеет: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОПК - 2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p>		
<p>Знать: нормативно-правовые документы отделов профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: анализировать информацию, выраженную в текстовой, устной и мультимедийной форме;</p> <p>Владеть: базовыми навыками создания текстов и документов, применяемых в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Знать: нормативно-правовые документы отделов профессиональной деятельности;</p>	<p><i>Пороговый уровень (удовлетворительно)</i></p>
	<p>Знать: нормативно-правовые документы отделов профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: анализировать информацию, выраженную в текстовой, устной и мультимедийной форме;</p>	<p><i>Продвинутый уровень (хорошо)</i></p>
	<p>Знать: нормативно-правовые документы отделов профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: анализировать информацию, выраженную в текстовой, устной и мультимедийной форме;</p> <p>Владеть: базовыми навыками создания текстов и документов, применяемых в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>	<p><i>Высокий уровень (отлично)</i></p>
<p>ПК - 6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>		

<p>Знает: основные составляющие коммуникации.</p> <p>Умеет: подбирать необходимые методы и средства для осуществления коммуникаций.</p> <p>Владеет: оценивать и отбирать каналы коммуникации</p>	<p>Знает: Основные трактовки и модели паблик рилейшнз; Функции связей с общественностью; отличия PR от других видов коммуникативной деятельности; Основные направления деятельности в связях с общественностью; Роль медиарилейшнз в осуществлении информационной политики организации;</p>	<p><i>Пороговый уровень (удовлетворительно)</i></p>
	<p>Знает: Основные трактовки и модели паблик рилейшнз; Функции связей с общественностью; отличия PR от других видов коммуникативной деятельности; Основные направления деятельности в связях с общественностью; Роль медиарилейшнз в осуществлении информационной политики организации;</p> <p>Умеет: Использовать, обобщать и анализировать информацию; Применять на практике методы и технологии медиарилейшнз; Организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями.</p>	<p><i>Продвинутый уровень (хорошо)</i></p>
	<p>Знает: Основные трактовки и модели паблик рилейшнз; Функции связей с общественностью; отличия PR от других видов коммуникативной деятельности; Основные направления деятельности в связях с общественностью; Роль медиарилейшнз в осуществлении информационной политики организации;</p> <p>Умеет: Использовать, обобщать и анализировать информацию; Применять на практике методы и технологии медиарилейшнз; Организовывать публичные мероприятия, используемые при взаимодействии с различными целевыми аудиториями.</p> <p>Владеет: Навыками и приемами анализа</p>	<p><i>Высокий уровень (отлично)</i></p>

	<p>составляющих коммуникативного процесса конкретного субъекта, интерпретации характера и степени достаточности информационного присутствия данного субъекта в СМИ; Навыками подготовки материалов для прессы и мероприятий, организуемых для журналистов.</p>	
--	--	--

9.3 Примерный перечень основных вопросов для защиты курсовой работы

1. Чем вызван Ваш выбор темы для своего исследования? В чем заключается ее актуальность?
2. Как отражена в Вашем исследовании связь с актуальными проблемами связей с общественностью в России?
3. Какие цели и задачи Вы ставили в своем научном исследовании? Что Вы хотели доказать?
4. Что нового Вы узнали в изучаемом Вами дополнительном материале по сравнению с учебной литературой?
5. На каких основных источниках Вы основывали написание своей курсовой работы? Что показалось Вам интересным в той или иной работе, что конкретно Вы использовали в своей курсовой работе? С кем из авторов Вы согласны по ряду дискуссионных вопросов, а с кем - нет?
6. Какие выводы и предложения по своей теме исследования Вы сделали; каков основной итог Вашей работы?
7. Собираетесь ли Вы продолжать свои исследования по данной теме в будущем? Если да, то по каким основным направлениям?
8. Чем Вам могут помочь знания, полученные в данной области, в Вашей дальнейшей научной и практической работе?

10. ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Образец заявления

Зав. кафедрой
ТСиДК, доценту,
Н.И. Севрюгиной
студентки 3 курса
группы 17-РСО -01
Ивановой Марии Ивановны

заявление.

Прошу Вас разрешить выполнение курсовой работы по дисциплине «Теория связей с общественностью» на тему: «Анализ деятельности профессиональных объединений специалистов по связям с общественностью».

Руководителем прошу назначить _____

_____.

Дата и подпись студента

ПРИЛОЖЕНИЕ В *Образец оформления содержания*

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ		3
1	РОЛЬ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ	5
1.1	Роль коммуникации в организации	5
1.2	Структура внутренних коммуникаций в организации	6
1.3	Функции внутренних коммуникаций и методы формирования внутренних коммуникаций	8
1.4	Внутренние коммуникации в условиях конфликта	10
2	ИССЛЕДОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «КРАСНОДАРСТРОЙСНАБ»	12
2.1	Анализ деятельности ООО «КраснодарСтройСнаб»	12
2.2	Социологический опрос сотрудников ООО «КраснодарСтройСнаб»	14
2.3	Мониторинг информационной среды ООО «КраснодарСтройСнаб»	16
2.4	Анализ конкурентной среды ООО «КраснодарСтройСнаб»	18
3	КОМПЛЕКСНАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ ООО «КРАСНОДАРСТРОЙСНАБ»	20
3.1	Разработка корпоративного кодекса ООО «КраснодарСтройСнаб»	21
3.2	Разработка фирменного стиля ООО «КраснодарСтройСнаб»	23

3.3	Программа командообразующих мероприятий и адаптации новых сотрудников ООО «КраснодарСтройСнаб»	26
3.4	Создание информационных площадок в сети интернет	29
ЗАКЛЮЧЕНИЕ		32
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ		34
ПРИЛОЖЕНИЯ		36
ПРИЛОЖЕНИЕ А		

ПРИЛОЖЕНИЕ Г *Пример оформления списка использованных источников*

Список использованных источников и литературы составляется **в алфавитном порядке** фамилий авторов или названий произведений (при отсутствии фамилии автора). В список включаются все использованные автором литературные источники независимо от того, где они опубликованы (в отдельном издании, в сборнике, журнале, газете и т.д.).

При оформлении списка использованных источников и литературы указываются фамилия и инициалы автора, название, место и год издания, общее количество страниц. Например,

1. **Семенов, В. В.** Философия: итог тысячелетий. Философская психология [Текст] / В. В. Семенов; Рос. акад. наук, Пуштин. науч. центр, Ин-т биофизики клетки, Акад. проблем сохранения жизни. – Пушино: ПНЦ РАН, 2000. – 64, [3] с.; 22 см. – Рез.: англ. – Библиогр.: с. 60–65. – 200 экз. – ISBN 5-201-14433-0.
2. **Разумовский, В. А.** Управление маркетинговыми исследованиями в регионе [Текст] / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев; Ин-т экономики города. – М., 2002. – 210 с.: схемы. – Библиогр.: с. 208–209. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.
3. Актуальные проблемы современной науки [Текст]: информ.-аналит. журн. / учредитель ООО «Компания «Спутник+». – 2001, июнь –. – М.: Спутник +, 2001–. – Двухмес. – ISSN 1680-2721.

При цитировании текст цитаты заключается в кавычки. Каждая цитата должна сопровождаться ссылками на источник информации в виде заключенного в скобки номера источника (согласно списку использованных источников и литературы) и страниц.

Например: [8. с. 45–47]. Точка ставится после ссылки.

Пример библиографического описания электронного ресурса удаленного доступа:

Исследования в России [Электронный ресурс]: многопредмет. науч. журн. / Моск. физ.-техн. ин-т. – электрон. журнал. – Долгопрудный: МФТИ, 1998 -. Режим доступа:
<http://www.zhurnal.mipt.rssi.ru>.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Образец оформления отзыва руководителя

АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ (г. Краснодар)

КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИЙ СЕРВИСА И ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на курсовую работу

Фамилия, имя, отчество обучающегося

Тема курсовой работы: _____

Дисциплина _____

Регистрационный номер _____ **Курс** ____ **Группа** _____

Направление подготовки :

код, направленность (профиль)

Сформированность компетенций у обучающегося по итогам выполнения заданий на курсовую работу

Задания*	Уровень сформированности компетенций
1. Раскрыть роль внутренних коммуникаций для эффективной работы организации	
2. Провести исследование коммуникативной деятельности организации	
3. Разработать комплексную коммуникационную программу для ООО	
4.	

*Сформулировать задания в соответствии с содержанием курсовой работы

Соответствие курсовой работы требованиям

Наименование требования	Заключение о соответствии требованиям (отметить «соответствует», «соответствует не в полной мере», или «не соответствует»)
1. Актуальность темы	
2. Соответствие содержания теме	
3. Полнота, глубина и обоснованность решения поставленных задач	
4. Корректность расчетных материалов	
5. Практическая значимость	
6. Выполнение курсовой работы по заказу от предприятия (организации)	
7. Оценка личного вклада автора	
8. Наглядность (информативность) представления результатов исследования	

Достоинства содержательной части курсовой работы:

Ошибки и недостатки содержательной части курсовой работы:

Общее заключение руководителя о соответствии курсовой работы требованиям, установленным федеральным государственным образовательным стандартом и основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки *

*код, направленность (профиль)

Обобщенная оценка содержательной части

курсовой работы* _____

*соответствует / частично соответствует / не соответствует

Руководитель:

Полное наименование должности и

основного места работы,

ученая степень, ученое звание _____

Подпись

расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

ФОРМА

**заключения на выявление объема заимствования и оригинального авторского
текста**

АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ

ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ (г. Краснодар)

КАФЕДРА ТЕХНОЛОГИЙ СЕРВИСА И ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Фамилия, имя, отчество обучающегося

Форма обучения _____ Курс ____ Группа _____

Направление подготовки

(специальность): _____

код, направленность (профиль)

Курсовая работа по дисциплине _____,

выполненная на тему: _____

в соответствии с «Положением о порядке размещения в ЭБС и автоматизированной (компьютерной) проверке на объем и характер заимствования курсовых и выпускных квалификационных работ по направлениям подготовки/специальностям высшего образования» курсовая работа по дисциплине _____ **прошла** автоматизированный анализ в Программной системе для обнаружения заимствований в учебных и научных работах **сохранена** в «личном кабинете» пользователя и **загружена** во внутреннее хранилище системы.

Доля авторского текста (оригинальности) в результате автоматизированной проверки составила _____ %.

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент

Н.И. Севрюгина

« _____ » _____

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Пример курсовой работы

ВВЕДЕНИЕ

В эпоху стремительного развития информационных технологий, постоянно растущей конкуренции на современных российских предприятиях все чаще осуществляется вклад идей, труда, капитала в развитие и поддержание эффективной системы коммуникаций.

Это вызывает все больший интерес в силу того, что на сегодняшний день качество деятельности предприятия, соответствие им своей миссии, цели, устойчивость функционирования в условиях рыночных отношений напрямую зависят от правильно выстроенных коммуникаций с целевыми группами общественности.

Сосредотачивая свое внимание на таких аудиториях, как потребители, средства массовой информации, государственные учреждения, финансовые структуры, гражданские группы действий, широкая общественность, местные целевые аудитории, компании на сегодняшний день заинтересованы в поддержании отношений с еще одной, не менее значимой общностью, чье мнение и поведение в отношении организации в значительной степени определяют успех начинаний и стабильность организации, её жизнеспособность. Речь идет о сотрудниках, которые являются фундаментом любой компании, ее человеческим ресурсом, фактором конкурентоспособности. За сотрудничество, гармонию, взаимопонимание между руководством и персоналом отвечает система внутренних коммуникаций.

Актуальность темы подтверждается результатами исследования отечественных аналитических организаций, в частности компании

"IFORS", которая в рамках проекта под названием «Корпоративный PR в цифрах и фактах. 2011», проведенного совместно с Российской Ассоциацией по связям с общественностью (РАСО), Ассоциацией корпоративных медиа и директоров по коммуникациям России (АКМР) и «Издания Максимова» выяснила, что более 74 процентов Российских компаний отводят внутренним коммуникациям главенствующую роль[20,с.48].

Сегодня внутренние коммуникации компании рассматриваются в качестве эффективного инструмента управления. Результатом действия системно налаженных коммуникаций внутри организации является вовлеченность сотрудников во внутренние процессы и мотивированность на результативную деятельность. Именно посредством непрерывного взаимодействия достигается результат понимания, принятия общих целей и ценностей организации, а также координация совместной деятельности, в процессе выполнения каждым индивидуальных задач.

Эффективная система внутренних коммуникаций также помогает решить проблемы в коллективе, которые имеются у компаний на ранних стадиях своего существования. Одной из таких является Краснодарская компания ООО «КраснодарСтройСнаб», занимающаяся оптовой торговлей строительной продукцией по субъектам Российской Федерации, длительность пребывания на рынке которой составляет три года.

Объектом исследования является ООО «КраснодарСтройСнаб».

Предмет исследования – внутренняя коммуникационная политика торгового предприятия.

Цель данного исследования – разработка программы, направленной на совершенствование системы внутренних коммуникаций ООО «КраснодарСтройСнаб».

В рамках организации подобная работа проводится впервые, в чем заключается новизна и оригинальность темы исследования. Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. определить роль коммуникации в организации;
2. изучить структуру внутренних коммуникаций в организации;
3. исследовать методы формирования внутренних коммуникаций;
4. определить особенности внутренних коммуникаций на разных стадиях развития группы;
5. выявить условия эффективности внутренних коммуникаций;
6. провести исследование коммуникативной деятельности ООО «КраснодарСтройСнаб»;
7. разработать комплексную программу, направленную на совершенствование внутренних коммуникаций компании;
8. описать критерии оценки эффективности коммуникационной программы.

Для решения задач и достижения цели необходимо использовать следующие методы исследования: наблюдение, описание, аналогия, научное обобщение, анализ документов, анализ позиционирования компании в медиаполе, анализ информационной среды, экспертное интервью, SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ конкурентной среды, социологический опрос.

В качестве теоретической базы исследования послужили книги, научные статьи, диссертации в области связей с общественностью, социологии, теории коммуникации, психологии, конфликтологии отечественных и зарубежных исследователей и практиков

Ф.И.Шаркова, Д.П.Гавра, Е.С.Суровцевой, Г.Аммельбурга, Ф.Буари, С.Блэка, В.А.Мельма, Н.А.Морозовой, Л.В.Минаевой, И.В.Алешинной, М.В.Каймаковой, Б.З.Мильнер, М.Армстронга, В.А.Спивак, а также данные социологических исследований Всероссийского центра исследования общественного мнения (ВЦИОМ) и исследовательско-консалтинговой компании «IFORS».

Теоретическая значимость работы обусловлена определенным вкладом в исследование системы внутренних коммуникаций предприятия в условиях стартапа. Полученный результат дополняет ныне существующие теоретические и практические разработки в данной области, раскрывает новые стороны проблемы взаимодействия, достижения гармонии и взаимопонимания, имеющиеся у коллектива в связи с трудоустройством на новое предприятие.

Практическая значимость работы продиктована ее включением во внутреннюю коммуникационную политику компании ООО «КраснодарСтройСнаб», заинтересованностью руководства в создании сплоченного коллектива, корпоративной культуры, идеологии, формировании среди сотрудников приверженности к своей компании. Полученные данные могут быть использованы в построении внутренних коммуникаций компаний, выходящих на рынок и формирующих системные коммуникации, подобных ООО «КраснодарСтройСнаб».

Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Главы подразделяются на подглавы.

Во *введении* определяется объект исследования, его предмет, формулируются цель и задачи исследования, теоретическое значение

и практическая ценность, обосновывается актуальность и новизна, описываются исследовательские методы.

В *первой главе* рассматриваются сущность, функции и методы формирования внутренних коммуникаций на предприятии, исследуются этапы формирования группы, виды, причины конфликтных ситуаций внутри коллектива, а также пути их преодоления, выявляются условия эффективности внутренних коммуникаций.

Вторая глава посвящена исследованию коммуникационной деятельности ООО «КраснодарСтройСнаб»: социологическому опросу сотрудников, экспертному интервью с руководителем предприятия, мониторингу информационной среды и анализу положения компании в конкурентной среде. Также во второй главе рассмотрен коммуникативный опыт аналогичных структур по работе с внутренней аудиторией.

Содержание *третьей главы* представляет собой разработку комплекса мероприятий, необходимых для совершенствования системы внутренних коммуникаций предприятия.

В *заключении* формулируются выводы по исследованию и обобщаются результаты работы.

Приложения включают организационную структуру ООО «КраснодарСтройСнаб», две анкеты для проведения социологического опроса среди сотрудников, экспертные интервью руководителей ООО «КраснодарСтройСнаб», ООО «Русстрой», ООО «Ирень» и ООО «ДевелопментЮг», дизайнмакеты разработанных элементов фирменного стиля, полиграфической продукции, корпоративного сайта и корпоративного портала для ООО «КраснодарСтройСнаб».

Список использованных источников включает 35
наименований, в том числе 2 на английском языке.