

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.08.2024 11:24:00
Уникальный программный ключ:
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e94f3326b9926

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»
Факультет таможенного дела и судебной экспертизы

Кафедра Психологии и социально-культурного сервиса

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению курсовой работы по дисциплине «Теория и практика рекламы» для студентов направления подготовки бакалавров 42.03.01–
Реклама и связи с общественностью

форма обучения – очная, заочная

ББК 60.842я73
УДК 366.63 (075.8)

Учебно-методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Теория и практика рекламы» для студентов направления подготовки бакалавров 42.03.01–Реклама и связи с общественностью, очной/ заочной формы обучения. - Махачкала, 2021. – 32 с.

Учебно-методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Теория и практика рекламы» для студентов направления подготовки бакалавров 42.03.01–Реклама и связи с общественностью включают базовые требования к написанию курсовой работы, а также требования к содержанию и оформлению разделов курсового проектирования.

Методические указания по подготовке и защите курсовой работы (КР) составлены с учетом требований к уровню подготовки выпускников, содержащихся в ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Представлены перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы; цель и задачи подготовки и защиты курсовой работы; требования к содержанию и структуре курсовой работы, а также к презентации и защите курсовой работы; основные этапы подготовки курсовой работы; тематика курсовых работ; методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы с помощью КР (критерии оценки результатов защиты КР).

Составитель: ст. преподаватель кафедры ПиСКС, к.э.н. Магомедова П.А.

Рецензенты:

Допущено к изданию Учёным советом ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» от «_____» _____ 2021г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	5
2. ПОРЯДОК ВЫБОРА ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	8
3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И СТРУКТУРЕ КУРСОВОЙ РАБОТЕ.....	9
4. ПОДБОР ЛИТЕРАТУРЫ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ.....	13
5. СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА.....	15
6. НАПИСАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	18
7. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	19
8. ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	23
9. РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ.....	25
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Образец оформления титульного листа.....	28
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Образец оформления задания на курсовую работу.....	29
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Образец оформления оглавления.....	30
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Образец оформления библиографического списка.....	31

ВВЕДЕНИЕ

Учебно-методические указания определяют порядок оформления работы над курсовой работой. Цель настоящих указаний – оказать помощь студенту в ознакомлении с требованиями по оформлению курсовой работы.

Методические указания содержат обязательные требования, соблюдение которых позволит значительно повысить уровень выполняемых студентами работ и упростить процедуру их нормоконтроля, в них также представлены нормативы оформления.

Курсовая работа – это вид самостоятельной учебной (научно-исследовательской) работы студентов, предполагающий изучение выбранной научной проблемы.

При подготовке курсовой работы студенты продолжают формировать навыки самостоятельной работы с научной и учебной литературой, углубляют теоретические знания и учатся применять их на практике (в зависимости от предмета). Курсовая работа (проект) выступает также как одна из форм контроля учебной работы студентов. Она показывает, насколько сформированы профессиональные компетенции студента. Овладевают методами научного исследования, обработки, обобщения и анализа информации; расширяют общий кругозор; решают практические задачи на основе теоретических знаний; активизируют самостоятельную работу и творческое мышление.

Курсовая работа является неотъемлемой частью образовательного процесса не зависимо от формы обучения (очная, заочная), формой самостоятельной научно-исследовательской деятельности обучающихся. Она направлена на закрепление, углубление и обобщение знаний, обучающихся по изучаемым дисциплинам, полученных ими в ходе учебных занятий, овладение методами научных исследований, формирование навыков самостоятельного изучения материала, а также на развитие аналитической деятельности у обучающихся, включающей в себя работу с различными источниками информации на бумажных и электронных носителях.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Цель и задачи курсовой работы

Курсовая работа является неотъемлемой частью образовательного процесса, формой самостоятельной научно-исследовательской деятельности обучающихся. Она направлена на закрепление, углубление и обобщение знаний, обучающихся по изучаемым дисциплинам, полученных ими в ходе учебных занятий, овладение методами научных исследований, формирование навыков самостоятельного изучения материала, а также на развитие аналитической деятельности у обучающихся, включающей в себя работу с различными источниками информации на бумажных и электронных носителях.

Выполнение обучающимися курсовых работ является подготовительной ступенью к написанию выпускных квалификационных работ.

Назначение курсовой работы заключается в развитии познавательной самостоятельности будущего специалиста, его умений приобретать, анализировать, перерабатывать и делать самостоятельные выводы в отношении профессионально значимых знаний.

Целью выполнения КР является систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений, овладение методикой или навыками самостоятельного решения конкретных профессиональных задач на основе ранее приобретенных знаний, овладение начальными навыками исследовательской деятельности.

Задачи курсовой работы:

- формирование навыка самостоятельного проведения исследования, анализа и обобщения полученных результатов;
- формирование умений применять теоретические знания при решении поставленных задач на практике;
- формирование умения работать со справочными, нормативными и другими правовыми актами, эмпирическим материалом, а также с учебной и научной литературой;
- овладение современными методами поиска и обработки информации и использования информационных ресурсов.

При выполнении курсовой работы студент должен продемонстрировать способности:

- выдвигать научную (рабочую) гипотезу;
- собирать и обрабатывать информацию по теме;
- изучать и критически анализировать полученные материалы;
- систематизировать и обобщать имеющуюся информацию;
- самостоятельно решать поставленные творческие задачи;
- логически обосновывать и формулировать выводы, предложения и рекомендации.

Курсовая работа требует от студента глубокого ознакомления с литературой по данной проблеме, сопоставления и оценки спорных точек зрения, формулирования собственной позиции и соответствующего ее обоснования.

Курсовая работа должна содержать следующие части:

- теоретическое обоснование актуальных проблем учебной дисциплины,
- анализ, исследование с использованием практического материала, в том числе

собранный самим студентом во время практик.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины «Теория и практика рекламы» обучающийся должен:

общекультурными компетенциями:

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

общепрофессиональными компетенциями:

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

профессиональными компетенциями:

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

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

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

использовать приемы и средства создания рекламного продукта;

использовать навыки для исследования психологического восприятия рекламы потребителем с целью оптимального воздействия конкретной рекламы на аудиторию;

разрабатывать рекламное обращение;

выбирать рекламные средства и носители рекламы;

определять рекламную стратегию, анализировать международные проблемы развития современной рекламы;

понимать роль рекламы в подготовке и обосновании деятельности современной организации;

знать:

понимать специфику основных этапов истории отечественной рекламы;

средства распространения рекламы;

рекламу в СМИ; наружную и транзитную рекламу; роль аргументации в рекламе; способы эффективности рекламы; перспективные направления рекламной деятельности; специфику мирового и российского рынка рекламы, его состояние, особенности и перспективы развития;

владеть:

основными этапами планирования рекламной кампании, брифингами; формированием рекламного бюджета; основными элементами фирменного стиля; сущностью и разработкой брендинга; основами социальной рекламы и мерчендайзинга; спецификой рекламы в различных отраслях и сферах деятельности.

1.3. Руководство подготовкой курсовой работой

Непосредственное руководство курсовой работой осуществляет руководитель, назначенный из числа профессорско-преподавательского состава Университета.

Руководитель курсовой работы обеспечивает методическое и научное руководство, составление совместно с обучающимся плана выполнения курсовой работы, индивидуальные консультации по составленному плану (которые также проводятся назначенным при необходимости консультантом), контроль за самостоятельной работой обучающегося, оценку содержания и оформления курсовой работы и написание отзыва на КР, получившую допуск к защите.

Руководитель КР имеет право выбрать форму организации взаимодействия с обучающимся, устанавливает периодичность личных встреч (личных встреч обучающегося с назначенным консультантом) в рамках согласованного плана подготовки КР.

Взаимодействие обучающегося с руководителем (консультантом) в рамках подготовки курсовой работы может осуществляться, в том числе, и по средством инструментария электронной информационно-образовательной среды.

Обмен информацией обучающегося и преподавателя (консультанта) осуществляется через консультации, определенные в расписании. Основные этапы взаимодействия участников состоят в следующем:

- после закрепления темы и руководителя КР, обучающимся инициируется процесс составления плана работы путем отправления заполненного бланка задания преподавателю, в качестве прикрепленного файла к сопроводительному письму;

- обратной связью руководителем КР подтверждается (корректируется) план и фиксируются этапы подготовки и сдачи работы;

- по мере готовности, в соответствии со сроками, установленными планом, каждая часть работы загружается обучающимся для проверки руководителем;

- процесс загрузки материала осуществляется в строгой последовательности в автоматическом режиме: 1 – проверка на объем заимствования, 2 – в зависимости от результата проверки активизируется то или иное действие: при условии достижения значения показателя оригинальности 60% и более материал отправляется руководителю; при невыполнении указанного условия, материал возвращается обучающемуся, которым вносятся изменения и доработки, и возобновляется процесс загрузки выполненной части работы для проверки руководителем. Количество попыток приведения материала в

соответствие с требуемым значением показателя оригинальности ограничено тремя;

- результатом проверки работы (части работы) руководителем является ее оценивание на соответствие требованиям, изложенных в методических указаниях к выполнению КР. При необходимости внесения исправлений, дополнений, с целью реализации поставленных задач, материал возвращается обучающемуся. Количество предоставления возможностей доработки одного и того же материала не может превышать трех раз. Положительный результат проверки части работы открывает возможность обучающемуся для выполнения следующего запланированного этапа; положительный результат проверки работы в целом определяет ее допуск к защите.

При превышении установленного лимита попыток, как при проверке работы (части работы) на объем заимствования, так и при проверке работы (части работы) руководителем КР – работа не допускается к защите, вследствие чего у обучающегося образуется академическая задолженность, ликвидация которой осуществляется в соответствии с порядком, изложенным в Положении о порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования (программам бакалавриата, специалитета, магистратуры).

К защите курсовой работы обучающийся готовит устное выступление, не более чем на 7-10 минут. Выступление на защите должно быть четким и лаконичным, продемонстрировать знания по освещаемой проблеме, содержать четко выделенный объект исследования, его предмет и гипотезу, а также обоснование актуальности рассматриваемой темы, освещать выводы и результаты проведенного эмпирического исследования (при его наличии), содержать наглядно-иллюстративный материал (схемы, таблицы, графики и пр.).

2. ПОРЯДОК ВЫБОРА ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Примерный перечень тем курсовых работ и критерии оценки по результатам выполнения указываются в структуре рабочей программы дисциплины, по которой запланировано выполнение КР в соответствии с учебным планом.

Информация о необходимости выполнения курсовой работы доводится до сведения обучающихся преподавателем, ведущим дисциплину, в течение первой недели семестра, в котором она запланирована.

Студенты выбирают тему курсовой работы на основе тематики курсовых работ, предложенной кафедрой. Утвержденный перечень тем курсовых работ по дисциплинам предоставляется обучающимся, после чего студент получает задание на заполнение по выбранной теме. Тема курсовой работы может быть предложена самим обучающимся при условии обоснования им ее целесообразности.

При повторном прохождении промежуточной аттестации по желанию обучающегося, на основании личного заявления, может быть установлена иная тема курсовой работы.

Первым этапом выполнения работы является выбор темы. Тема курсовой работы выбирается студентом из тематики, разработанной кафедрой.

В некоторых случаях, с разрешения преподавателя и заведующего кафедрой, студент может выполнять курсовую работу на тему, выбранную самостоятельно. При этом нужно помнить, что тема курсовой работы должна затрагивать актуальные проблемы

теории и практики рекламы, иметь прикладное значение, соответствовать задачам подготовки бакалавров.

Осуществляя выбор темы курсовой работы, студент должен учесть свои индивидуальные творческие наклонности, будущие профессиональные интересы. Возможно, на выбор темы курсовой работы повлияют темы ранее выполненных рефератов, докладов, научных исследований. Кроме того, студент должен иметь в виду, что подготовленный материал может в дальнейшем использоваться при написании выпускной квалификационной работы.

Таким образом, изучив предложенные темы, студент должен остановить свой выбор на такой теме, которая:

во-первых, отвечает его личным, научным, творческим интересам;

во-вторых, является, с его точки зрения, наиболее актуальной для изучения теории и практики в сфере рекламы России и Дагестана;

в-третьих, достаточно широко представлена в литературе;

в-четвертых, может быть интересна студенту с позиций его будущей специальности и более углубленное изучение которой поможет в будущем при написании выпускной квалификационной работы.

Сложность этой операции заключается в том, что выбор темы – процесс не единовременный. Он требует, во-первых, определенных знаний, которые позволяют выбрать интересную и слабо разработанную тему; во-вторых, требует времени для накопления этих «предварительных» знаний. И чем раньше выбор темы будет сделан, тем больше времени для ее выполнения окажется в распоряжении студента, тем больше будет сделано для ее реализации. Можно порекомендовать выбирать тему курсовой работы из тех разделов рекламы, которые являются наиболее сложными для понимания студента. Написание работы по таким темам поможет студенту более глубоко разобраться в трудных проблемах курса и ликвидировать пробелы в своих знаниях.

Не допускается наличие одинаковой темы у двух или более студентов из одной группы. Если студенты предполагают писать курсовую работу по совпадающим (но не одинаковым) проблемам, то в наименование темы должны быть внесены соответствующие дополнения и уточнения.

Студенты-заочники могут увязать в своей работе теоретический материал с конкретной практикой своих предприятий и организаций.

Выбранная тема должна быть в обязательном порядке согласована студентами с руководителем курсовой работы и не может быть изменена студентом без соответствующего разрешения. Студенты-заочники выбирают тему только из предложенного им варианта тематики курсовых работ.

3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И СТРУКТУРЕ КУРСОВОЙ РАБОТЕ

Подготовка и написание работы включает следующие этапы:

- выбор темы курсовой работы;
- подбор литературы и нормативных правовых актов к выбранной теме, который осуществляется студентом самостоятельно на основе предлагаемого перечня литературы по дисциплине, а также библиографических каталогов по соответствующей теме;
- изучение подобранной литературы, что предполагает конспектирование

источников. Результатом этой работы должна стать систематически изложенная информация, полностью раскрывающая содержание темы;

- изложение содержания курсовой работы обязательно предваряется составлением плана. План служит основой для определения структуры работы: введение, 2-3 главы по изложению содержания, заключение и список литературы.

Выбор темы – важный этап, по существу являющийся началом работы над избранной проблемой. Студент вправе избрать иную тему своего исследования, если она актуальна для теории или практики. Тема – это наикратчайшая форма предъявления содержания всей работы, отражающая её сущность.

Подбор материалов. Составление плана работы и его исполнение. После избрания темы курсовой работы студент должен заняться подбором основной литературы, освещающей вопросы избранной темы. Подбор и изучение литературных источников – важный, сложный и трудоемкий этап в подготовке курсовой работы.

Перечень литературы по теме не должен быть слишком объемным, так как нередко это может затруднить процесс работы. В перечень работ, подлежащих использованию, следует включать не только крупные монографические исследования, но и статьи по соответствующим вопросам. Кроме того, при подборе литературы студент просматривает практику, имеющуюся в информационных системах и официальных сайтах.

В период подбора литературы студент предварительно знакомится с ее содержанием, так как это необходимо для разработки плана работы. Обстоятельное изучение литературных источников осуществляется после разработки плана.

Начинать изучение литературы целесообразно с наиболее известных и признанных работ, в которых интересующий вопрос изложен наиболее полно и подробно, затем можно знакомиться с работами, рассматривающими эту проблему с различных позиций, содержащими оригинальные точки зрения авторов по спорным вопросам.

После избрания темы и предварительного ознакомления с основной литературой составляется план работы, в соответствии с которым ведется изложение материала. Выделение определенных аспектов, конкретных вопросов, установление очередности их изложения помогает сделать работу стройной, логичной. Твердый план удерживает автора от излишних повторений, неоправданного отклонения от темы.

В плане определяются конкретные вопросы, которые будут рассматриваться. В ходе сбора материала по теме первоначальный план может изменяться и дополняться. Однако основной круг вопросов, рассматриваемых в работе, следует очертить в самом начале работы. Иначе может произойти «разбрасывание» темы, что лишит работу стройности, конкретности и законченности.

Рекомендуется включать в структуру курсовой работы следующие разделы:

а) введение, в котором автор должен объяснить, почему им выбрана данная тема, обосновав свой выбор научной актуальностью, практической значимостью и другими мотивами, сформулировать цель и задачи, объект и предмет исследования, определить методы и методологию, которые будут применяться при подготовке курсовой работы;

б) основная часть, которая должна состоять из глав, разделенных на параграфы. Содержание глав и параграфов должно отвечать их названиям, содержать сравнительный анализ, постановку научных проблем и обоснованные предложения по их решению. Рекомендуется, чтобы главы и параграфы соответствовали друг другу по объему;

в) заключение, в котором формулируются предложения и выводы, вытекающие из

всей работы;

г) приложения включают: анализы и обзоры, подготовленные автором, схемы, таблицы, фотоснимки и т.д. Каждое приложение нумеруется;

д) список источников включает все информационные источники, использованные автором.

Изложение материала в работе должно строго соответствовать плану, вестись последовательно. Изучаемые проблемы следует рассматривать по возможности полно и обстоятельно, предметно, избегая общих рассуждений. Язык работы должен быть научным, стиль - лаконичным. Особое внимание следует обратить на правильное использование специальной терминологии. Автор должен показать, что он знает, что обозначают употребляемые им термины. Чтобы избежать ошибок и неточностей следует в необходимых случаях обращаться за справкой к словарям: русского языка, иностранных слов, философскому, логическому, юридическому, и др.

Курсовая работа является творческой, авторской работой студента. Использование в ней целиком заимствованных текстов и данных допускается при условии, что указаны источники заимствований. Использование текстов, опубликованных в бумажном или электронном виде, без ссылки на источник или с указанием источника, но при чрезмерном объеме заимствований, ставящим под сомнение самостоятельность выполненной работы (плагиат), рассматривается как серьезный этический проступок и влечет за собой применение академических и дисциплинарных мер (требование переделки работы, существенное снижение оценки, недопуск к защите).

Студенту следует помнить, что за достоверность информации и обоснованность принятых в работе решений ответственность несет он сам. Научный руководитель не является соисполнителем работы, он осуществляет методическую и консультационную помощь в выполнении курсовой работы студентом.

Общие требования, предъявляемые к содержанию и структуре курсовой работы:

- содержание должно быть структурировано, материал изложен в логической последовательности;
- используемая информация должна быть проанализирована и систематизирована;
- используемый понятийно-категориальный аппарат должен быть корректным, формулировки краткими, точными, исключающими субъективность и неоднозначность толкования.

К структурным элементам курсовой работы относятся: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список использованных источников, приложения (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей, оформляется на типовом бланке вуза. Титульный лист содержит наименование темы работы и данные о студенте, сведения об авторе и руководителе. Титульный лист не нумеруется.

Содержание курсовой работы должно включать названия глав и параграфов с указанием страниц, с которых они начинаются. Причем, разделы плана должны полностью соответствовать заголовкам глав и параграфов в тексте работы. Сокращенная редакция недопускается. Оглавление является второй страницей курсовой работы. Пример оформления оглавления представлен в Приложении Б.

Введение. Во введении обосновывается выбор темы, показывается ее актуальность и практическая значимость, определяются цели и формулируются задачи исследования,

обозначается объект и предмет исследования, а также временной период. Необходимо также определить теоретическую и методическую основу курсовой работы. Следует указать используемые методы анализа, назвать основные группы информационных источников (включая законодательные и нормативно-правовые акты и статистическую отчетность), а также указать, в чем выразилось личное участие автора (сборе данных, обработке информации, предложении информационных технологий, оценке результатов исследования и т.п.). Особое внимание следует уделить формулированию цели и задач исследования. Целью работы должен являться не процесс, исследование, обоснование, изучение и т.д., а **результат** - разработка организационно-методических положений, методик и методологий. Введение не должно содержать таблиц, иллюстраций, излишней аргументации.

Основная часть. Для курсовой работы достаточно, как правило, двух глав, каждая из которых делится на три-четыре параграфа. Каждую главу целесообразно завершать краткими выводами, что способствует усилению логики проводимого исследования.

Содержание глав основной части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Названия глав и параграфов должны быть краткими, состоящими из ключевых слов, несущих необходимую смысловую нагрузку.

Первая глава носит общетеоретический характер. В ней рассматриваются работы отечественных и зарубежных авторов, связанные с изучением теории и практики анализируемых в работе проблем и возможных направлений их решения, дается их оценка, обосновываются собственные позиции студента. Глава служит теоретическим обоснованием будущих предложений студента, дает возможность определить методику проведения анализа изучаемой проблемы в конкретных условиях объекта исследования. Особое внимание следует уделить использованию максимального количества теоретических и методологических материалов с обязательным указанием ссылок на используемые источники.

Вторая глава является практической. В ней студент разрабатывает предложения по проблемам совершенствования работы исследуемого объекта в конкретном направлении, улучшению его характеристик. Конкретно сформулированные предложения и обоснования целесообразности их внедрения в изучаемом объекте являются самым важным разделом работы, по их содержанию можно судить о полезности и новизне исследования и степени профессиональной подготовки студента. Все предложения и рекомендации должны носить конкретный характер, позволяющий осуществить их практическое применение. Так же необходимо дать предложить свои рекомендации по повышению привлекательности кампании, проводимых мероприятий и т.д.

Следует отметить, что в работе необходимо обеспечить логическую связь между главами и последовательное развитие основной идеи на протяжении всей работы. Не должно быть диспропорции между объемами глав работы.

Заключение. В заключении последовательно и кратко излагаются теоретические и практические выводы и предложения, которые вытекают из содержания работы и носят обобщающий характер. Из текста заключения должно быть ясно, что цель и задачи работы полностью выполнены. Заключение завершается оценкой перспектив исследуемой проблемы в целом.

Приложения содержат вспомогательный материал, не включенный в основную часть курсовой работы (таблицы, схемы, инструкции, иллюстрации вспомогательного

характера, анкеты, методики, документы, материалы, содержащие первичные данные для анализа, фрагменты нормативных документов и т.д.). Указанный материал включается в приложения в целях сокращения объема основной части работы, его страницы не входят в общий объем работы. Объем приложений не ограничивается и не учитывается при определении общего объема работы.

Связь приложений с текстом осуществляется с помощью ссылок со словом «смотреть», которое сокращается и заключается в круглые скобки, например, (См. Приложение А).

Список использованных источников является последним информационным (справочным) приложением к работе, должен быть оформлен в соответствии с принятыми стандартами и содержать не менее 20 наименований источников. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке работы и на которые имеются ссылки в основной части работы.

Объем курсовой работы должен составлять около 35 страниц без учета приложений. Как правило: объем введения составляет 2-3 страницы; основная часть состоит из двух глав, каждая из которых включает 2-3 параграфа; объем заключения составляет около 2 страниц.

Распечатанная курсовая работа сброшюровывается в следующем порядке:

- 1) титульный лист (Приложение А);
- 2) задание (Приложение Б);
- 3) результат проверки работы на плагиат;
- 4) оглавление (содержание);
- 5) введение;
- 6) основная часть (состоит из отдельных глав, которые разбиваются на параграфы и пункты);
- 7) заключение;
- 8) список используемых источников;
- 9) приложения.

Готовая курсовая работа, оформленная согласно изложенным требованиям и отредактированная, передается руководителю, который передает ее на кафедру.

4. ПОДБОР ЛИТЕРАТУРЫ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ

После того как выбрана и согласована с научным руководителем тема курсовой работы, следует подобрать соответствующую литературу. Литература, необходимая для выполнения курсовой работы, подбирается студентами самостоятельно.

Прежде всего студенту следует определить по программе курса, к какому разделу темы она относится, ознакомиться со списком литературы, рекомендованной по данной теме в программе, а также ознакомиться с учебными и методическими пособиями. Такой предварительный обзор литературы позволит студенту составить общее представление о выбранной теме. После этого необходимо приступить к тщательному подбору литературы по теме курсовой работы. С этой целью студент изучает:

литературу, рекомендованную кафедрой в рабочей программе данного курса, в планах семинарских занятий, или непосредственно в данной теме;

библиографические каталоги (систематические, предметные и алфавитные), тематические библиографии, представленные в электронно-библиотечной системе университета;

указатели статей и материалов, опубликованных в экономических журналах за определенный год, в последнем номере того или иного журнала;

фактические материалы: нормативные и правовые документы, статистические сборники и справочники, информационные бюллетени по вопросам рекламы, отчетные данные предприятий и учреждений и др.

Для этого необходимо ознакомиться с соответствующими каталогами библиотек и читальных залов. Список литературы должен содержать не менее 15 источников. Среди них: учебники по теории рекламы, маркетинга, PR, теории коммуникации, психологии; первоисточники – труды выдающихся представителей в сфере рекламы – Дэвид Огилви, Клод Хопкинс, Мартин Линдстром, Идрис Мути, Антипов, К.В., Васильев, Г.А. и др.; монографии и научные статьи в периодических изданиях; статистические сборники, справочники и базы данных; энциклопедии и экономические словари.

К сбору фактического и статистического материала необходимо подойти внимательно, использовать только те данные, которые имеют прямое отношение к теме. При отборе фактических данных, необходимо учесть, что монографии, сборники научных статей, материалы научно-исследовательских конференций обладают более высокой степенью достоверности, чем учебники и учебные пособия 4-5-летней давности.

Для актуализации содержания курсовой работы необходимо использовать литературные источники, изданные за последние 3-5 лет. В порядке исключения по согласованию с руководителем могут использоваться ранее изданные литературные источники.

Список литературы, подобранный студентами, должен быть согласован с руководителем курсовой работы. Изучение периодической литературы следует начинать с работ, опубликованных в последние годы и наиболее полно раскрывающих вопросы курсовой работы, а затем уже переходить и к более ранним изданиям. Такая последовательность изучения литературы обусловлена не только реформированием всех сторон нашей жизни в последнее десятилетие, но и тем, что реклама процесс творческий: она постоянно развивается и обогащается новыми положениями, выводами и концепциями.

В списке литературы должно быть не менее двух статей в периодических изданиях за последние 2-3 года. Информацию, раскрывающую темы курсовых работ по финансам, можно найти в следующих периодических изданиях: Российские журналы: Атлас рекламного рынка, Бренд-менеджмент, Вестник Общественного совета по рекламе, Время рекламы, Еженедельный журнал о рекламе Тонко.ру, Журнал «Lurzer's Archive», Индустрия рекламы, Лаборатория рекламы, маркетинга и PR, Маркетинг в России и за рубежом, Новости рекламы.

Получить данные по интересующей теме можно также при помощи систем поиска в Электронно-библиотечной системе IPR BOOKS, «Лань» и в Интернете.

Фактический и статистический материал можно найти и использовать из периодических изданий, монографий.

При чтении энциклопедий, справочников, словарей следует использовать новейшие издания, т. к. использование устаревших материалов не отражает реальной картины того

или иного явления в сфере рекламы или ситуации и приводит к существенному снижению качества работы. Монографии и статьи в периодических изданиях также должны соответствовать духу времени. Целесообразно делать выписки из книг и статей. Это могут быть цитаты или тезисы изучаемого произведения. Цитируются, прежде всего, важнейшие мысли из произведений классиков. Кроме того, целесообразно цитировать и спорные положения из тех или иных работ, чтобы более предметно вести дискуссию по этим вопросам. Цитаты могут подтверждать те или иные положения работы, однако их не должно быть много. При изучении литературы можно использовать выписки, то есть близкое к тексту изложение материала. Каждая выписка, как и цитата, должна быть сопровождена ссылкой на источник с указанием соответствующей страницы.

5. СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА

После ознакомления с литературой по избранной теме и уяснения примерного содержания курсовой работы студент составляет план работы, который обязательно согласовывается с научным руководителем.

План должен быть тщательно продуман. Всегда нужно помнить, что план – это основа и рамки курсовой работы. План определяет структуру работы, логику изложения. От правильного составления плана зависит уровень всей курсовой работы. В то же время план показывает, насколько студент осмыслил и понял тему, может ли выбрать главное, существенное, представить исследуемую проблему в полном объеме. При составлении плана студент может руководствоваться содержанием изученных первоисточников, планами семинарских занятий и лекций. Вопросы плана должны быть емкими и четко сформулированными. Не допускается мелкое дробление темы и вынесение в план второстепенных вопросов, т. к. это ведет к поверхностному изложению темы.

Таким образом, план должен вбирать в себя наиболее важные моменты темы, охватывать ее всю, но в то же время не быть громоздким. Включать в него большое количество вопросов нецелесообразно, ибо это приведет к поверхностному изложению материала.

Тема и план курсовой работы утверждаются руководителем, после чего никакие изменения ни в названии темы, ни в формулировке вопросов плана без согласования с преподавателем не допускаются.

Рабочий план должен в обязательном порядке включать в себя следующие составные элементы:

Введение 2-3 стр.

Во введении необходимо:

обосновать актуальность выбранной темы; изложить цель, задачи, объект, предмет, исследования.

Определить цель и перечислить конкретные задачи, поставленные для решения в курсовой работе; сформулировать объект, предмет исследования;

Глава 1.

Теоретико-методологическая оценка изучаемой проблемы.

Содержит 2-3 параграфа, 10-15 стр.

В этой части на основе изучения литературы и нормативно-правовых актов раскрываются роль и сущность изучаемой проблемы, необходимость и возможность ее углубленного анализа и реформирования с учетом современных требований и

компьютерных технологий, обосновывается выбор методики и конкретных приемов работы студента, по раскрытию поставленных в курсовой работе задач. Дается краткая характеристика степени разработанности отдельных аспектов проблемы (объекта), указываются их недостатки и намечаются основные пути совершенствования. При цитировании следует обязательно указать источник. Недопустимо дословное заимствование текста, выражения из учебников, специальной литературы, нормативных и инструктивных материалов без ссылок, а также не переработанное ксерокопирование и сканирование текста.

Глава должна завершаться выводами по состоянию изученности вопроса и направлениям его совершенствования.

Глава 2.

Аналитико-статистическая часть. Содержит 1-2 параграфа, 10-15 стр.

Аналитическая часть курсовой работы выполняется на материалах деятельности конкретного предприятия, муниципального образования, региона, государства собранных студентом самостоятельно, с использованием литературных источников, компьютерных и справочно-информационных систем, статистической информации, различных прогнозных, законодательных, нормативных и прочих данных. Состав анализируемых проблем и показатели (критерии) определяются планом работы и уточняются научным руководителем.

В процессе анализа выявляются тенденции и особенности организации финансов. Анализируются темпы и закономерности изменения отдельных показателей, взаимосвязи между ними, факторы, влияющие на результаты финансово-экономической деятельности субъекта. Кроме того, анализ должен раскрыть причины отрицательных сторон деятельности субъекта, определить способы повышения эффективности его работы.

Эта часть курсовой работы завершается конкретными выводами по результатам изложения финансово-хозяйственной экономической субъекта, а также проведенного статистического анализа его финансово-экономической деятельности.

Глава 3.

Рекомендательная часть. Содержит 1-2 параграфа, 10-12 стр.

Первый параграф главы должен быть посвящен описанию направлений деятельности экономического субъекта, которые требуют совершенствования, второй параграф содержит суть предлагаемых мероприятий по повышению эффективности его экономической деятельности с прогнозом экономического эффекта от вносимых предложений.

Следует выделить основные группы предложений для обоснованного или улучшенного решения рассматриваемых в курсовой работе вопросов. Например, рекомендации могут быть подразделены на группы: организационного, методологического, экономического, социального и иного характера в сфере финансов. После этого конкретно формулируются отдельные предложения, обосновывается целесообразность их внедрения на изучаемом объекте.

Каждое рекомендуемое предложение сопровождается изложением его сущности и содержания, профессиональным обоснованием. Определяется место возможного внедрения предложения на конкретном экономическом субъекте, его возможное влияние на организацию финансов, совершенствование финансовых отношений. Глубина разработки отдельных предложений и обоснование их эффективности устанавливаются

совместно с научным руководителем в зависимости от содержания и важности рекомендации.

Глава должна заканчиваться коротко изложенными выводами по практической значимости разработанных рекомендаций.

Заключение. 1-2 стр.

Заключение является итоговой частью всей курсовой работы. Здесь на основе выводов, сделанных в каждой главе, кратко излагаются основные теоретические и практические разработки студента, приводятся наиболее важные выводы, сделанные в каждой главе, и в обобщенном виде показывается эффективность рекомендуемых предложений. Заключение должно содержать в основном текстовый материал, не рекомендуется приводить в заключении числовые расчеты и статистические данные, дублирующие результаты проведенного анализа.

Список использованных источников (библиография).

Содержит 15-20 наименований.

Приложения.

Пример подхода к составлению плана курсовой работы. Тема: Проблема инфляции в Российской Федерации
План работы

Введение.

Глава 1. Источники инфляции.

Сущность, типы и формы инфляции.

Варианты антиинфляционной политики.

Глава 2. Особенности инфляции в Российской Федерации.

Причины инфляции в переходной экономике.

Социально-экономические последствия инфляции в современной экономике Российской Федерации.

Пути преодоления инфляции в Российской Федерации. Заключение.

Ошибки, встречающиеся при составлении плана работы:

Одной из распространенных ошибок является одностороннее представление в рабочем плане и в курсовой работе выбранной темы. Или студент сосредоточивает внимание только на теории, и тогда тема рассматривается в отрыве от реальной практики, от опыта конкретных стран; или, наоборот, в рабочем плане отражаются только частные вопросы, но не формируются необходимые обобщения и выводы.

Другой распространенной ошибкой является чрезмерное внимание к историческому опыту экономики зарубежных стран. Следует учитывать, что теория финансов постоянно обновляется, и многие из ранее существовавших и справедливых для своего времени учений утратили свою актуальность. Нужно иметь в виду, что предлагаемые темы ориентированы на раскрытие студентом современного состояния финансов, и это должно найти свое отражение в рабочем плане.

Логика изложений представляет собой наиболее слабое место во многих курсовых работах. Характерным недостатком является отсутствие необходимой взаимосвязи разделов между собой: материал каждого раздела изложен правильно, а переход от раздела к разделу никак не обоснован. В результате вместо цельного изложения темы получается набор разрозненных фрагментов. При подготовке рабочего плана студент должен использовать опыт составления структурно-логических схем: рабочий план можно рассматривать как развернутую структурно-логическую схему по выбранной теме.

6. НАПИСАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

После того как подобрана и изучена литература, составлен план, подобран и обработан конкретный материал, можно приступать к написанию курсовой работы. Это весьма ответственный этап, так как студент должен проявить здесь умение самостоятельно мыслить, анализировать данные, делать выводы и формулировать конкретные предложения для практики хозяйствования.

Курсовая работа по дисциплине «Теория и практика рекламы» является самостоятельным теоретическим исследованием, имеющим внутреннее единство, творчески выполненным студентом на основе изучения широкого круга отечественной и зарубежной литературы. В ней необходимо раскрыть содержание выбранной темы, продемонстрировать умение анализировать и обобщать материал, увязывать вопросы рекламной деятельности, с хозяйственной мировой и отечественной практикой, сформулировать выводы и предложения по выбранной тематике. Теоретические положения должны подтверждаться конкретным фактическим и статистическим материалом. В каждой теме необходимо глубоко проанализировать основные черты нынешнего состояния финансов нашей страны и (или) финансов зарубежных стран.

Качество текста курсовой работы во многом зависит от четкости формулировки разделов плана, от логики изложения, от целостности работы темы. Для создания завершенной работы на основе полученных знаний необходимо продумать способ изложения материала, объем каждой части текста.

Курсовая работа не должна состояться из фрагментов статей, монографий, пособий. Кроме простого изложения фактов и цитат, в курсовой работе должно проявляться авторское видение проблемы и ее решения.

Не следует механически использовать готовые тексты (такая работа называется компилятивной и оценивается неудовлетворительно). Нужно излагать текст самостоятельно. Если вы излагаете мысль какого-то автора, укажите ее источник (например:... как считает К. Эклунд в книге «Эффективная экономика»... далее следует ссылка на книгу с ее выходными данными и страницей, где излагается эта мысль) или оформите ее цитатой (дословно, в кавычках, так же со ссылкой на источник). Все статистические данные должны сопровождаться ссылкой на их источник. Сравнивая позиции различных авторов, следует сделать аргументированные собственные выводы: почему то или иное утверждение кажется вам более справедливым.

Нужно учитывать, что способ изложения материала в курсовой работе является средством раскрытия темы, требует умения выявить главные проблемы, оценить различные концепции и высказать свою точку зрения. При изложении материала необходимо последовательно, логично проводить единую линию, избегать повторения материала в разных частях текста, доказательно, аргументировано высказывать определенные положения, подкреплять их материалами из авторитетных источников, статистическими данными, графиками, таблицами.

По каждому вопросу необходимо полно и правильно изложить содержание основных моментов, дать качественную характеристику экономических понятий и категорий, теоретически доказать выдвинутые положения, сделать определенные выводы. Таким образом, при написании текста необходимо особое внимание уделить глубокому теоретическому освещению как темы в целом, так и отдельных ее вопросов, правильно

увязать теоретические положения с практикой, конкретным фактическим и цифровым материалом. Изложение должно осуществляться в соответствии с составленным планом.

В процессе работы студент может столкнуться с таким положением, когда в экономической литературе ведется дискуссия по той или иной проблеме экономики и нет единой точки зрения по рассматриваемому вопросу. В этом случае студент должен представить существующие точки зрения и высказать свое собственное мнение по данному вопросу.

Теоретические положения необходимо иллюстрировать, подтверждать и подкреплять фактами, анализом фактического материала, причем факты должны быть не случайными, а типичными для данных исторических условий. Они должны быть показаны в динамике. При этом студенту следует избегать нагромождения фактов. Их может быть немного, но они должны быть вескими и убедительными, иметь библиографические ссылки на используемый фактический материал.

Цитаты, отрывки из текстов книг, журналов, содержащие положения принципиального характера, ссылки на цифровой материал необходимо оформлять сносками, указывая в конце предложения в квадратных скобках номер источника по списку литературы и номер страницы. Сноски также можно делать внизу страницы, указывая фамилию автора, название источника и его выходные данные.

Работа должна носить целостный, законченный характер. В содержании работы должен присутствовать анализ международного опыта, анализ статистических данных, выявление тенденций. Особенно следует обратить внимание на проработку экономических понятий, категорий, используемых в работе. Каждая экономическая категория должна быть определена, каждый рассматриваемый экономический закон или закономерность – сформулированы, формулы – объяснены.

Особенно высоко в курсовой работе ценится глубокое понимание сути проблемы, логическое ее изложение, оригинальные источники информации (прежде всего связанные с собственной деятельностью, привлеченные из реалий окружающего мира), самостоятельность выводов.

7. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Оформление курсовой работы в целом как текстового документа (и в бумажном и в электронном виде) должно выполняться в соответствии с «ГОСТ Р 7.0.97-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов».

Курсовая работа оформляется на стандартных листах бумаги А4 (210 x 297мм.), выполненная в редакторе Word шрифтом Times New Roman 14 пт. через 1,5 интервала. Постраничные сноски оформляются шрифтом Times New Roman 10 пт через один интервал. При этом соблюдаются следующие размеры полей: верхнее и нижнее – 20мм, правое – 1,5мм, левое – 3мм.

Распечатка на бумажном носителе производится только на одной стороне листа. Гарнитура и размеры шрифта: Times New Roman №14.

При составлении таблиц могут использоваться шрифты меньших размеров, рекомендуемый - №12.

Абзацный отступ основного текста – 1,25 см.

Текст документа печатается через 1,5 интервал. Текст документа выравнивается по ширине листа.

Номера страниц проставляются посередине нижнего поля документа на расстоянии 10 мм от верхнего края листа. В курсовой работе используется сплошная нумерация страниц. Вторая страница – содержание (план). Каждый структурный элемент курсовой работы начинается с новой страницы.

Оформление заголовков. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов.

Заголовки структурных элементов работы (содержание, введение, заключение) располагают в середине строки (выравнивание по центру), без точки в конце. Каждую новую главу, а также введение и заключение следует начинать с новой страницы.

Шрифт заголовков — Times New Roman, размер шрифта — 14.

Если заголовок включает несколько предложений, их разделяют точками. Переносы слов в заголовках не допускаются. Заголовок, состоящий из 2 и более строк, печатается через 1 интервал. Расстояние между заголовками раздела и подраздела, а также между заголовками текстом, текстом и рисунком (таблицей) – 1 межстрочный интервал.

Главы нумеруют. Главы могут делиться на разделы и подразделы. Номер раздела состоит из номеров главы и номера раздела в главе (например: 1.2 (1 - номер главы, 2 - номер раздела), 2.2 (2 - номер главы, 2 - номер раздела) и т.д.), разделенных точкой. В конце номера точка не ставится. Аналогичным образом нумеруются и подразделы (например: 2.4.2 Анализ результатов). В нумерации после цифр идет пробел, а не табуляция. Заголовки разделов и подразделов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы, без точки в конце, не подчеркивая.

Оформление содержания. На втором листе помещается содержание, где указываются основные разделы работы и соответствующие им страницы. Заголовок СОДЕРЖАНИЕ пишется заглавными буквами посередине строки. Содержание включает введение, наименование всех глав, разделов и подразделов, заключение, список использованных источников, наименование приложений, с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы. По ГОСТ 2.105-95 наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы, допускается набор заголовков первого уровня заглавными буквами. Желательно, чтобы содержание помещалось на одной странице. Пример оглавления смотрите в Приложении В.

Оформление перечислений. По ГОСТ 7.32-2001 перед каждым перечислением следует ставить дефис или, при необходимости ссылки в тексте на одно из перечислений, строчную букву (за исключением ё, з, й, о, ч, ь, ы, ъ). Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа.

а) _____

б) _____

1)

2)

в) _____

Оформление рисунков. К рисункам относятся все графические изображения (схемы, графики, фотографии, рисунки). На все рисунки в тексте должны быть даны ссылки. Рисунки должны располагаться непосредственно после текста, в котором они

упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки нумеруются арабскими цифрами, при этом нумерация сквозная, но допускается нумеровать и в пределах раздела (главы). В последнем случае номер рисунка состоит из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой (например, Рисунок 1.1). Название пишется под рисунком по центру. Слово «Рисунок» пишется полностью. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». При ссылках на иллюстрацию следует писать «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела, или (Рисунок 1.). После слово «Рисунок 2» пишется название. В этом случае подпись должна выглядеть так: «Рисунок 2 — Название». Точка в конце названия не ставится.

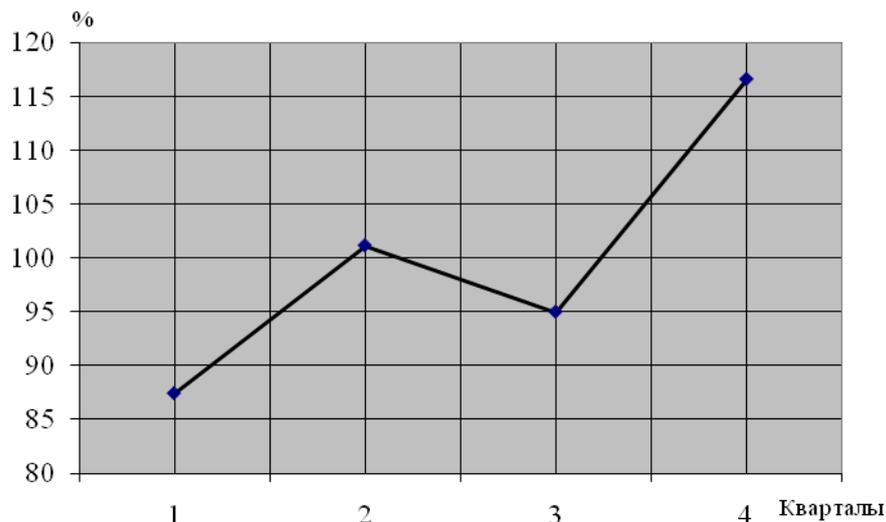


Рисунок 2 – Бюджет рекламной кампании (в % к среднему уровню = 100)

Оформление таблиц. На все таблицы в тексте должны быть ссылки. Таблица должна располагаться непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Все таблицы нумеруются (нумерация сквозная, либо в пределах раздела — в последнем случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера внутри раздела, разделенных точкой (например, Таблица 1.2). Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением впереди обозначения приложения (например: Таблица В.2). Слово «Таблица» пишется полностью. Наличие у таблицы собственного названия обязательно. Название состоит из «Таблицы», номера, тире и названия. Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзачного отступа в одну строку с ее номером через тире (например: «Таблица 3 — Название»). Точка в конце названия не ставится.

Заменять кавычками повторяющиеся в таблице цифры, математические знаки, знаки процента и номера, обозначение марок материалов и типоразмеров изделий, обозначения нормативных документов не допускается.

При отсутствии отдельных данных в таблице следует ставить прочерк (тире).

Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки столбцов - со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков столбцов и строк точки не ставят. Заголовки столбцов, как правило, записывают параллельно строкам таблицы, но при необходимости допускается их перпендикулярное расположение.

Горизонтальные и вертикальные линии, разграничивающие строки таблицы, допускается не проводить, если их отсутствие не затрудняет пользование таблицей. Но головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы.

Оформление формул и уравнений. По ГОСТ 7.32-2001 формулы и уравнения следует выделять из текста в отдельную строку. Над и под каждой формулой или уравнением нужно оставить по пустой строке. Если уравнение не уместится в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:), или других математических знаков, причем этот знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «x». Если нужны пояснения к символам и коэффициентам, то они приводятся сразу под формулой в той же последовательности, в которой они идут в формуле. Все формулы нумеруются. Обычно нумерация сквозная. Номер проставляется арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Оформление приложений. В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте.

Приложения располагаются после списка использованных источников. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь содержательный заголовок, выполненный прописными буквами. В правой части верхнего поля над заголовком прописными буквами должно быть напечатано слово “ПРИЛОЖЕНИЕ” с соответствующим порядковым номером, например: ПРИЛОЖЕНИЕ Б.

Если в приложении используется документ или инструкция, в правом верхнем углу вписывают слово “ПРИЛОЖЕНИЕ ...”, проставляют его номер, а страницы нумеруют в общем порядке.

В содержание курсовой работы приложения включаются в виде самостоятельной рубрики одной строкой “ПРИЛОЖЕНИЯ”.

В случае если приложение занимает несколько листов, то на втором и последующих (кроме последнего) листах приложения, в центре первой строки пишут «Продолжение приложения...». На последнем листе приложения пишут «Окончание приложения...».

Нумерация страниц приложений и основного текста должна быть сквозная.

Список используемых источников (библиографический список) является существенной частью курсовой работы, отражающей самостоятельную творческую работу автора. Основное требование к составлению списка использованных источников – единообразное оформление и соблюдение «ГОСТ 7.1-2003. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

В список не включаются те источники, на которые нет ссылок в основном тексте и которые фактически не были использованы при подготовке курсовой работы.

Список литературы целесообразно формировать по блокам с указанием выходных данных в следующей последовательности:

а) законодательные материалы и нормативные документы: Конституция РФ; Федеральные законы; Указы и распоряжения Президента РФ, Постановления правительства РФ; нормативные акты субъектов РФ; акты министерств и ведомств;

решения органов местного самоуправления (формируется в указанной последовательности);

- б) учебная и специальная литература (по алфавиту);
- в) диссертации, авторефераты диссертаций, отчёты о НИР (по алфавиту);
- г) материалы периодических изданий (по алфавиту);
- д) статистические материалы, справочники (по хронологии);
- е) электронные ресурсы (по алфавиту);
- ж) материалы практики, архивные документы (по хронологии).

В работе разрешается использовать учебную и специальную литературу, не превышающую пятилетний период с года издания до момента написания курсовой работы, а материалы периодических изданий не превышающие 3-х летний период.

При наличии в КР исторического материала в списке литературы могут присутствовать источники более ранних сроков издания.

Сведения об источниках следует нумеровать арабскими цифрами без точки и печатать с абзацного отступа.

Если источники, подпадающие под тот или иной блок, отсутствуют, то данный блок опускается. Примеры оформления источников в списке литературы представлены в приложении Д.

Список использованных источников имеет общую нумерацию, т.е. каждый источник имеет свой номер, который указывается в ссылке на странице курсовой работы.

При указании в основном тексте источника, страница источника заключается в квадратную скобку. Например: [5, с. 45], что означает: 5 источник, 45 страница. Размещать ссылки на литературный источник в нижней части страницы не следует. Там можно разместить примечания, оформляемые как сноска.

Перечень сокращений, условных обозначений, символов, единиц и терминов формируется, если сокращения, условные обозначения, символы, единицы и термины повторяются в КР (КП) более трех раз, в противном случае расшифровку дают непосредственно в тексте работы при первом упоминании. Написании сокращений осуществляется в соответствие с ГОСТ Р 7.0.12-2011 «Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила».

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Написанная и оформленная должным образом курсовая работа сдается научному руководителю в установленный срок для рецензирования. Студенты-заочники сдают курсовую работу руководителю практики, он в свою очередь на кафедру.

Выполненная студентом курсовая работа проверяется в 10-дневный срок преподавателем-руководителем работы.

При оценке работы учитываются: содержание работы, ее актуальность, степень самостоятельности, оригинальность выводов и предложений, качество используемого материала, а также уровень грамотности (общий и профессиональный). Одновременно отмечает положительные стороны и недостатки курсовой работы, а в случае надобности указывает, что следует доработать, заканчивается выводом, может ли работа быть допущена к защите.

Курсовая работа вместе выдается студенту для ознакомления и возможного исправления.

Затем студент при необходимости осуществляет доработку темы и готовится к защите курсовой работы. Курсовая работа защищается до экзамена перед преподавателем или перед группой.

Менять тему курсовой работы на стадии ее выполнения и представления к защите не разрешается, так как это нецелесообразно с точки зрения интересов самого студента.

Работа не допускается к защите, если она не носит самостоятельного характера, списана из литературных источников или у других авторов; если основные вопросы не раскрыты, изложены схематично, фрагментарно; если допущены грубые ошибки в оформлении (отсутствуют разделы (главы) и т. п.); в тексте содержатся ошибки, текст написан небрежно.

Вот перечень типичных недостатков, снижающих ценность проведенного исследования:

- использование устаревшей учебной, научной, справочной и периодической литературы;

- превышение объема работы сверх установленного, из-за неумения выделить основное в рассматриваемых вопросах;

- отсутствие иллюстративного материала (таблица, схемы, рисунки, диаграммы) и статистического материала;

- неравномерное распределение текста между главами и параграфами, что приводит к поверхностному рассмотрению содержания некоторых из них;

- слабая связь рассматриваемых вопросов с особенностями финансовых процессов в современной экономике Российской Федерации.

Повторная защита назначается, если студент не может ответить на замечания рецензента, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям исследуемой проблемы.

Таким образом, при защите курсовой работы студенту необходимо продумать логику своего выступления, суметь объяснить, почему какие-то вопросы остались без внимания или рассмотрены в ограниченных рамках. Студент должен показать глубокое понимание вопросов конкретной темы курсовой работы, уметь аргументированно доказать свою точку зрения, хорошо владеть материалом выбранной темы.

Во время защиты студент должен ответить на все вопросы и замечания руководителя, ответить на вопросы и продемонстрировать знание изученного вопроса, свободное владение всеми источниками информации, использованными для ее написания, и своими знаниями подтвердить самостоятельность выполнения курсовой работы.

Если студент выступает на защите неудовлетворительно, то ему должны быть заданы дополнительные вопросы по теме курсовой работы. В случае если и на дополнительные вопросы студент не дает удовлетворительных ответов, ему назначается повторная защита.

Выступление по материалу курсовой работы должно занимать 5-7 минут, соответствовать содержанию курсовой работы и достаточно полно раскрывать выбранную тему.

Критериями оценки защиты являются:

- полнота раскрытия темы;

логичность изложения (правильное сочетание основных и вспомогательных вопросов, их взаимосвязь);

правильность используемой лексики (точное употребление понятий и терминов, отсутствие бытовых выражений и т. п.);

отсутствие ненужных подробностей;

умение четко формулировать выводы.

Если защита происходит перед группой (публично), то желательно подготовить демонстрационный материал (плакаты, раздаточный материал, компьютерная презентация), содержащий основные положения темы, что будет содействовать лучшему проведению защиты. Студентам рекомендуется предварительно подготовиться к защите, составив план и/или текст выступления.

Окончательная оценка курсовой работы, таким образом, делается не только на основе учета ее содержания, оформления, но и результата защиты. Оценка курсовой работы по 5-балльной системе выставляется в ведомости и в зачетной книжке, служит основанием для допуска к экзаменам, а также заносится в приложение к диплому (выписка из зачетной книжки).

При выявлении случаев плагиата оценка после доработки (переработки) снижается на два балла.

В заключение отметим причины, по которым студент не допускается к защите курсовой работы:

курсовая работа выполнена на тему, которая отсутствует в утвержденном перечне;

тема или план курсовой работы изменены после утверждения их руководителем без согласования с ним;

тема работы не раскрыта в ее содержании;

текст работы дословно повторяет материалы учебных пособий, научных статей и других источников;

оформление работы не соответствует требованиям;

отсутствуют ссылки на источники статистической информации, цитаты, иллюстративные материалы, не представлен в тексте список литературы;

небрежное выполнение, наличие в тексте большого числа грамматических и стилистических ошибок;

работа выполнена не самостоятельно: заимствована из опубликованных источников или у других студентов, взята в базе данных соответствующих сайтов в Интернете, распечатана с CD-дисков и т. д.

9. РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Тенденции развития рекламы в современном обществе.
2. Реклама и стадии жизненного цикла товара.
3. Роль рекламы в политической деятельности.
4. Социальная реклама в жизни современного общества.
5. Критерии выбора рекламных средств.
6. Реклама в прессе.
7. Печатная реклама и реклама в местах продаж.
8. Радио-и телереклама: сравнительное исследование.
9. Наружная реклама в современном городе.

10. Транспортная реклама: тенденции и перспективы развития.
11. Интернет-реклама: тенденции поведения сетевых пользователей.
12. Целевая аудитория в рекламной коммуникации.
13. Восприятие и рекламный образ.
14. Оценка эффективности рекламных коммуникаций.
15. Основы разработки рекламных объявлений и текстов.
16. Слоган как основной компонент рекламного текста.
17. Языковые особенности рекламных текстов.
18. Художественные и риторические приемы рекламных текстов.
19. Невербальные компоненты рекламного текста.
20. Социологические исследования в рекламе.
21. Маркетинговые исследования в рекламе.
22. Принципы разработки рекламной кампании и этапы ее проведения.
23. Медиапланирование в рекламной кампании.
24. Структура и функции рекламного агентства. Мировой рынок рекламы.
25. Правовое регулирование рекламной деятельности в России.
26. Оптимизация сайта в системе интернет - рекламы.
27. Таргетированная реклама в социальных сетях.
28. Позиционирование торговых брендов средствами рекламы, роль имиджевой и информационной рекламы.
29. Роль, функции и влияние социальной рекламы на современное общество.
30. Интернет как канал рекламной коммуникации.
31. Пресса как канал рекламной коммуникации.
32. Телевидение как канал рекламной коммуникации.
33. Радио как канал рекламной коммуникации.
34. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг на рынке B2B.
35. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг на рынке B2C.
36. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг.
37. Нестандартные формы и методы рекламы.
38. Оценка коммуникативной и экономической эффективности рекламы.
39. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных/продуктовых брендов и/или услуг.
40. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда.
41. Визуальная составляющая рекламных коммуникаций.
42. Роль, функции, зона ответственности и эффективность деятельности рекламного агентства в рамках комплексной рекламно-маркетинговой деятельности предприятия.
43. Рекламный заголовок в современной печатной рекламе.
44. Жанры рекламного текста.
45. Жанровое разнообразие телевизионной рекламы
46. Жанровое разнообразие радиорекламы.
47. Слоган как ключевой элемент стратегии позиционирования и продвижения бренда.
48. Сценарий рекламного ролика как часть рекламной стратегии.
49. Оценка эффективности рекламных коммуникаций, постановка целей и задач, проблематика вопроса.
50. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании.

51. Роль рекламы в продвижении различных СМИ.
52. Реклама и промоушн радиостанции/телевизионного проекта (эфирный и внеэфирный промоушн, специальные мероприятия).
53. Продвижение веб-ресурса средствами сетевой и несетевой рекламы.
54. Вирусная видеореклама в Интернет (цели, аудитория, реализация, продвижение, эффективность).
55. Коммуникационные особенности традиционной рекламы.
56. Понятие, виды и сущность наружной рекламы.
57. Специфика размещения рекламы в периодических изданиях.

*Министерство науки и высшего образования
ФГБОУ ВО «Дагестанский Государственный Технический
Университет»*

Факультет таможенного дела и судебной экспертизы

Кафедра Психологии и СКС

Курсовая работа

по дисциплине «Теория и практика рекламы»

*на тему: «Тенденции развития
рекламы в современном обществе»*

Выполнил: студент _____ курса гр. _____

ФИО студента

Проверила: _____

ФИО и должность руководителя

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

Факультет ТД и СЭ Кафедра П и СКС

Направление 42.03.01 - РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Задание на курсовой проект (работу)

Студенту ___ курса _____ группы

по дисциплине _____

1. Тема курсового проекта (работы) _____

2. Дата выдачи задания _____

3. Дата представления курсового проекта (работы) к защите _____

4. Исходные данные для проектирования (научного исследования): _____

5. Содержание пояснительной записки курсового проекта (работы): _____

6. Рекомендуемая литература и нормативные материалы: _____

Руководитель курсового проекта (работы): _____ (_____)

Задание принял к исполнению: _____ (_____)

Примечание: к данному заданию может быть приложено дополнительные исходные данные (графический материал, схемы таблицы и т.д.). Тематика заданий (задания) должна быть утверждена на заседании кафедры.

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретико-методологические основы развития рекламы.....	5
1.1. Название параграфа.....	5
1.2. Название параграфа.....	8
1.3. Название параграфа.....	10
Выводы	
Глава 2. Анализ развития рекламы на современном обществе.....	12
2.1. Название параграфа.....	14
2.2. Название параграфа	16
2.3. Название параграфа.....	30
Выводы	
Заключение.....	35
Список использованной литературы.....	39
Приложения	

Пример оформления библиографического списка

1. *Авдашева С.* Российские холдинги: новые эмпирические свидетельства // Вопросы экономики. - 2013. - № 1. – С. 98–111.
 2. *Авдашева С.Б.* Бизнес-группы в корпоративном секторе России: сложившиеся представления и новые данные // Модернизация экономики и государство: мат-лы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 4–6 апреля 2013 г.) [Электронный ресурс]. – Электрон.дан. – Режим доступа: URL: http://dl.hse.ru/org/hse/conf-april_ru/2013 (дата обращения: 02.04.2015).
 3. *Авдеев Б. И.* Бизнес-группы в период экономического подъема (1999–2003) и их роль в развитии предприятий по материалам опросов и интервью // Конкурентоспособность и модернизация экономики: мат-лы V Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 6–8 апреля 2014 г.). - М.: Изд-во РГГУ, 2014. – С. 75-79.
 4. *Аникушин Е. Ф.* Международные экономические отношения. - М.: Юристъ, 2010. – 368 с.
 5. Административные барьеры: ст. статей / под ред. А. В. Нечипоренко. - М.: Экономика, 2011. - 236 с.
 6. *Акулов В.Б., Рудаков М.Н.* Теория организации: учеб. пособие. Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2012. – 256 с.
 7. *Аношкина Е.Л.* Регионосозидание как институционально-экономическая форма развития России в условиях глобализации: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. СПб., 2011. – 48 с.
17. Закон РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (ред. от 28.12.2013 № 410-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013. 29 декабря.

Интернет-ресурсы

44. Аксеновский Д.И PR для заказчика: принципы работы с PR –специалистом – [Электронный ресурс] – Электрон.дан. – Режим доступа: URLhttp://pr-axiz.okis.ru/page_20.html, свободный. – (12.04. 2014) – загл с экрана.
45. Иванова Е.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации – эффективный механизм Электронный журнал научных публикаций. - 2010г. - №1 маркетинга. //Современные проблемы менеджмента. — [Электронный ресурс] – Электрон.дан. – Режим доступа: URL<http://ego.uara.ru/issue/2010/01/08/>, свободный, (22.03. 2014) – загл с экрана.
46. Интегрированные маркетинговые коммуникации. – [Электронный ресурс] – Электрон.дан. – Режим доступа: URL: [http:// www.quans.ru.](http://www.quans.ru.), свободный, (дата обращения: 22.03. 2014) – загл с экрана.

47. Маркетинг товаров и услуг. – [Электронный ресурс] – Электрон.дан. – Режим доступа:
URL: <http://www.4p.ru>, свободный. - (дата обращения:02.03. 2014) – загл. с экрана.