

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Мария Владимировна
Должность: Директор
Дата подписания: 23.11.2023 21:22:25
Уникальный программный ключ:
5e608be07b9761c0a5e2f0e4ccddb2e4db1e603

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Университетский колледж»**

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор

ООО «БОКС МЕДИА»



Смекалина К.С.

УТВЕРЖДЕНО

Директор АНО ПО

«Университетский колледж»



Краюшкина М.В.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ И ЗАЩИТЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ
ПО ПМ.02 РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И
ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И
КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ
МДК.02.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ И
КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ**

по специальности среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама

(код, наименование специальности)

Москва, 2023

Методические указания по выполнению и защите курсовой работы по ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний предназначены для обучающихся по специальности 42.02.01 Реклама

СОДЕРЖАНИЕ:

1. Цель и задачи курсовой работы.....	4
2. Общие методические указания по выполнению курсовой работы.....	5
2.1. Основные требования и последовательность подготовки курсовой работы...	5
2.2. Структурные элементы курсовой работы	8
2.3. Характеристика теоретической части	11
2.4. Характеристика расчетно-аналитической части	11
3. Требования к оформлению курсовой работы	13
4. Тематика курсовых работ.....	16
5. Литература и иные источники, рекомендуемые для написания курсовой работы ...	18
5.1. Основная литература	18
5.2. Дополнительная литература.....	18
5.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных и информационные системы	18
Приложение А Образец оформления титульного листа курсовой работы	19
Приложение Б Образец оформления бланка отзыва на курсовую работу.....	20
Приложение В Образец оформления бланка задания на курсовую работу.....	21
Приложение Г Пример оформления аннотации.....	22
Приложение Д Образец оформления содержания курсовой работы.....	23

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Целью выполнения курсовой работы по ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний является закрепление теоретического материала, проработанного на лекциях и в ходе самостоятельного изучения литературы, а также овладение навыками работы в области рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, выявления резервов повышения эффективности проводимых мероприятий.

Достижению поставленной цели способствует реализация следующих задач:

- изучить теоретические основы вопроса, определенного темой курсовой работы;
- формировать личностную психологическую направленность, ценностные гуманистические ориентации, интерес к самостоятельному исследованию актуальных проблем;
- формировать свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;
- получить практические навыки коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;
- применять технологии маркетинговых коммуникаций и коммуникационного менеджмента для продвижения рекламного, PR/коммуникационного продукта.
- получить практические навыки исследований, планирования, бюджетирования, подготовки и контроля эффективности коммуникационных кампаний.

Курсовая работа выполняется только по практическим данным и должна содержать информацию о работе конкретной организации, выбранной для исследования.

2 ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

2.1 Основные требования и последовательность подготовки курсовой работы

Курсовая работа по ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний должна отвечать следующим требованиям:

- самостоятельность выполнения, творческий подход к исследованию;
- использование практического материала конкретной организации;
- последовательное, логическое и грамотное изложение материала, не должны осуществляться повторы, возврат и перескакивание с одного на другой вопрос исследования;
- содержание отдельных разделов и подразделов работы должны быть увязаны между собой;
- выводы и предложения должны логически вытекать из содержания работы и иметь практическую значимость;
- в ходе изложения материала рекомендуется использовать безличные предложения, не принято применять языковые конструкции с личным местоимением «я», «мы».

Процесс подготовки, написания и защиты курсовой работы состоит из следующих этапов:

- определение объекта исследования;
- выбор темы;
- подбор литературы и ознакомление с ее содержанием;
- составление плана курсовой работы и утверждение руководителем;
- сбор и обработка фактического материала;
- составление окончательного плана;
- написание текста курсовой работы;
- литературная обработка текста, оформление и представление работы на кафедру;
- представление курсовой работы на рецензирование;
- доработка материала с учетом замечаний рецензента;
- защита курсовой работы.

Определение объекта исследования. Студент самостоятельно определяет объект исследования, уточняя вопрос о предоставлении практических данных по организации. Организация может быть любой формы собственности и хозяйствования, предприятия в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы, организации сферы мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации, организации сферы рекламы и связей с общественностью и другие организации.

Выбор темы. Тема курсовой работы выбирается студентом самостоятельно из примерного перечня тем (см. раздел 4 методических указаний) в течение двух недель после выдачи задания преподавателем. При нарушении сроков преподаватель имеет право

установить тему исследования студенту. Выбор темы курсовой работы студент осуществляет исходя из своих научных и практических интересов, возможностей, имеющегося научно-исследовательского задела и перспектив дальнейшей научной и практической деятельности. При предварительном согласовании с научным руководителем допускается выбор темы, не содержащейся в перечне тем курсовых работ. Выбирая тему, студент может предусмотреть ее использование в выпускной квалификационной работе.

Повторяющаяся тематика курсовых работ в одной группе не разрешается. Если студент затрудняется с выбором темы, то он должен проконсультироваться у ведущего преподавателя. Окончательный вариант выбранной темы оговаривается с преподавателем и утверждается в задании на курсовую работу (см. приложение В).

Сроки утверждения темы курсовой работы – две недели, после выдачи задания преподавателем. Без подписанного задания студент не может приступить к следующему этапу выполнения курсовой работы. Изменение темы курсовой работы разрешается не позднее одной недели с момента подписания задания на курсовую работу и только при согласовании с ведущим преподавателем.

Подбор литературы и ознакомление с ее содержанием. При подборе литературных источников для написания курсовой работы по дисциплине «Организация и проведение коммуникационных кампаний» студент может использовать основную и дополнительную литературу, технические и электронные средства, указанные в пятом разделе методических указаний. В первую очередь студент должен ориентироваться на последние изменения в законодательных актах, регулирующих изучаемый участок анализа.

Для всестороннего, глубокого анализа исследуемого вопроса необходимо рассмотреть несколько точек зрения различных российских и зарубежных специалистов в сфере организации и проведения коммуникационных кампаний на постановку изучаемого вопроса, обращая внимание на проблемные участки и различные варианты их преодоления.

Студент должен внимательно изучить порядок изложения изучаемого вопроса в различной учебной литературе, что в дальнейшем поможет правильно спланировать ход исследования на выбранном предприятии. В процессе изучения дисциплины и выполнения курсовой работы в случае необходимости студент имеет возможность обратиться за консультацией к преподавателю, ведущему занятия по дисциплине, заведующей кафедрой.

Составление плана курсовой работы и утверждение руководителем. Составление плана является важным и ответственным этапом, предопределяющим успешность выполнения курсовой работы. План написания работы разрабатывается студентом самостоятельно, в нем указывается предполагаемое оглавление и содержание основных разделов работы. Перед составлением плана следует ознакомиться с соответствующим разделом программы курса, научной и учебной литературой по исследуемой проблеме, а также методическими указаниями по выполнению курсовой работы. План написания курсовой работы должен быть согласован с научным руководителем. В процессе написания курсовой работы согласованный с руководителем план в случае необходимости может частично корректироваться.

Качественному и успешному написанию курсовой работы способствует правильно организованный сбор, изучение и обобщение информации. Собранные данные должны быть проверены, обработаны и представлены в виде таблиц, расчетов, графиков, схем и

так далее. Заполненные образцы первичных документов, полученные в ходе подбора практического материала, могут быть представлены в качестве приложений к основному содержанию работы.

Составление окончательного плана. Окончательный план курсовой работы составляется после углубленного изучения учебной и методической литературы, сбора, изучения и обработки информации.

Написание текста курсовой работы. При написании курсовой работы не допускается механическое переписывание литературных источников. Необходимо детально и критически изучить, и проанализировать собранный материал, выявить важные моменты для изложения собственного понимания существа вопроса исследуемой темы. Материал курсовой работы следует излагать грамотно и в логической последовательности.

Литературная обработка текста, оформление и представление работы на кафедре. В работе рекомендуется соблюдать единство терминов, условных обозначений и допустимых сокращений слов, единицы измерения количественных показателей должны быть оформлены в соответствии с установленными стандартами. Цитаты следует приводить только в тех случаях, когда они служат отправной точкой или аргументом при обосновании какого-либо тезиса или являются объектом критики автора курсовой работы. В тексте работы по окончании цитаты указывается ссылка с указанием номера источника и номера страницы в нем из списка использованных источников, приводимого в конце работы.

Полностью завершенная работа скрепляется по левому краю, регистрируется в методическом кабинете кафедры и предоставляется преподавателю для проверки.

Представление курсовой работы на проверку. Курсовая работа сдается на проверку не позднее чем за две недели до ее защиты. При сдаче курсовой работы на проверку необходимо вложить чистый бланк отзыва (см. приложение Б). В письменном отзыве преподавателем указываются основные достоинства и недостатки работы, положительные и отрицательные стороны, даются рекомендации для возможного продолжения исследования, заключение о допуске к защите и предварительная оценка. Окончательная оценка выставляется по результатам защиты.

Доработка материала с учетом замечаний руководителя. Курсовая работа допускается к защите, если соблюдены следующие условия:

- содержание работы полностью соответствует заявленной теме;
- работа оформлена в соответствии с данными методическими указаниями и методическими указаниями по оформлению студенческих работ;
- в расчетно-аналитической части представлены основные показатели организации и проведения коммуникационной кампании на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;
- в рекомендательной части работы содержатся направления по совершенствованию организации и проведения коммуникационных кампаний.

В случае несоблюдения указанных условий курсовая работа возвращается студенту на доработку. С учетом замечаний, отмечаемых в письменной рецензии, студент вносит необходимые исправления и дополнения, после чего представляет работу на повторную проверку руководителю. Рекомендуется все дополнения и исправления приводить в самом конце курсовой работы, после списка использованных источников и приложений.

Исправления следуют после дополнительного листа «Исправления и дополнения к курсовой работе». Если замечания невозможно устранить частично, то курсовая работа перепечатывается полностью, а первый экземпляр подшивается в конце работы.

Защита курсовой работы. Защита курсовой работы проводится при наличии положительного отзыва руководителя в сроки, установленные графиком учебного процесса. Процедура защиты курсовых работ является публичной, то есть предусматривает участие комиссии из нескольких преподавателей и присутствие других студентов.

На защите курсовой работы студент выступает с докладом, который должен содержать актуальность темы исследования, цель, задачи и краткое содержание работы (выводы и обобщения, полученные в результате исследования системы экономического анализа предприятия, рекомендации по совершенствованию каких-либо процессов на предприятии). Время доклада составляет 5-7 минут. В конце защиты студент отвечает на вопросы руководителя работы и членов комиссии. По итогам защиты курсовой работы выставляется оценка.

2.1 Структурные элементы курсовой работы

Курсовая работа должна содержать текстовую и, в зависимости от задания, графическую часть. Текстовая часть курсовой работы содержит следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- отзыв на курсовую работу;
- задание;
- аннотацию;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- список использованных источников;
- приложения.

Объем курсовой работы должен быть не менее 30 страниц машинописного текста и не должен превышать 40-45 страниц.

Титульный лист. Титульный лист является первым листом курсовой работы. Все надписи на титульном листе выполняются чернилами черного цвета. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются. На титульном листе указывается классификационный код. Образец оформления титульного листа курсовой работы приведен в приложении А.

Отзыв на курсовую работу. Бланк отзыва заполняется и подписывается руководителем курсовой работы. Образец оформления бланка отзыва на курсовую работу представлен в приложении Б.

Задание на курсовую работу. Бланк задания заполняется студентом самостоятельно. Бланк задания следует помещать после рецензии руководителя на курсовую работу. Задание должно содержать исходные данные, перечень подлежащих разработке вопросов, перечень графического материала, срок выполнения курсовой

работы, подписи руководителя и исполнителя. Образец оформления бланка задания на курсовую работу представлен в приложении В.

Аннотация. Аннотация – это описание документа в лаконичной форме с точки зрения его назначения, содержания, вида, формы, новизны и других особенностей.

Аннотация информирует об основных моментах и позволяет быстро составить предварительное мнение о работе.

Аннотация должна соответствовать научному стилю оформления и не иметь малопонятных терминов и сложных синтаксических конструкций. Аннотация является третьим листом текстовой части работы объемом 1/3-1/2 страницы (листа).

Пример оформления аннотации представлен в приложении Г.

Содержание. Структурный элемент «Содержание» включает введение, порядковые номера и заголовки глав, пунктов, заключение, список использованных источников, приложения с указанием их обозначений и заголовков. После заголовка каждого из указанных структурных элементов ставят отточие, а затем приводят номер страницы, с которой начинается данный структурный элемент.

Элемент «Содержание» размещают после аннотации, начиная с нового листа. Слово «Содержание» записывают в верхней части листа, выравнивая по центру с учетом абзацного отступа, с прописной буквы.

Образец оформления содержания приведен в приложении Д.

Введение. В элементе «Введение» указывают цель работы, область применения разрабатываемой проблемы, ее научное и практическое значение, экономическую целесообразность.

Введение обязательно должно содержать:

- обоснование актуальности выбранной темы;
- характеристику проблемы по теме исследования, изложение истории вопроса, оценку современного состояния теории и практики;
- цель и задачи курсовой работы;
- предмет и объект исследования;
- методы и средства, с помощью которых будут решаться поставленные задачи;
- краткое изложение ожидаемых результатов.

Элемент «Введение» размещают на отдельном листе после содержания. Слово «Введение» записывают в верхней части листа, выравнивая по центру, с прописными буквами.

Основная часть. Основная часть курсовой работы включает две главы:

1. Теоретическая часть (постановка цели и задач исследования, обзор и систематизация существующих теоретических аспектов по теме исследования, включая содержание основных понятий, категорий и терминов, обобщение практики регулирования и ведения экономического анализа).

2. Расчетно-аналитическая часть (характеристика объекта исследования, основные показатели организации и проведения коммуникационных кампаний; оценка проведенных мероприятий на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы; выявление проблемных участков, разработка конкретных рекомендаций, направленных на устранение выявленных недостатков).

Заключение. Заключение должно содержать краткие выводы по результатам выполненной работы, оценку полноты решения поставленных задач, рекомендации по

конкретному использованию результатов работы, ее научную, экономическую значимость.

Элемент «Заключение» размещают на отдельном листе после основной части. Слово «Заключение» записывают в верхней части листа, выравнивая по центру, с прописными буквами.

Список использованных источников. В список включают все источники, на которые имеются ссылки в тексте курсовой работы.

Структурный элемент курсовой работы «Список использованных источников» размещают после заключения.

Сведения об источниках следует располагать в следующем порядке:

- нормативно-правовые документы;
- учебник, учебные пособия, монографии, статьи;
- интернет-источники.

Нумеруются источники арабскими цифрами с точкой и печатаются с абзацного отступа. Нумерация источников в списке сохраняется сквозная.

Ссылки в тексте приводят в квадратных скобках. Пример – [5], [7, 8, 9], [8-13, 44-56].

Приложения. Материал, дополняющий основную часть курсовой работы, оформляют в виде приложений. В приложениях целесообразно приводить графический материал большого объема и/или формата, таблицы большого формата.

Приложения следует оформлять как продолжение курсовой работы на листах, следующих за списком использованных источников.

Приложения обозначают прописными буквами русского алфавита, начиная с А (за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь), которые приводят после слова «Приложение».

При наличии в курсовой работе одного приложения оно обозначается «Приложение А».

Каждое приложение начинают с новой страницы с указанием наверху посередине страницы с прописной буквы слова «Приложение» и его обозначения.

Под ним в скобках указывают статус приложения, например, «(обязательное)», «(рекомендуемое)», «(справочное)», шрифт полужирный, курсив, размер – 14 pt.

Приложение должно иметь заголовок, который располагают симметрично относительно текста в виде отдельной строки, печатают строчными буквами с первой прописной и выделяют полужирным шрифтом, размер – 14 pt.

Текст каждого приложения при необходимости может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номером ставится буквенное обозначение этого приложения, отделенное точкой.

Рисунки, таблицы, формулы, помещаемые в приложения, нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого приложения (см. пункты 8.5.3, 8.6.4 и 8.7.2 Стандарта по оформлению студенческих работ).

Приложения должны иметь общую с остальной частью курсовой работы сквозную нумерацию страниц.

В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки.

Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте курсовой работы.

2.1 Характеристика теоретической части

Данная часть работы раскрывает теоретические основы выбранной темы, поэтому в ней должны быть освещены следующие вопросы:

1. Характеристика предмета исследования как управленческой категории. Приводятся определения, раскрывающие сущность явления, разных авторов, ученых; мнения ведущих специалистов, управленцев-практиков; дается толкование понятий представителями различных школ и направлений менеджмента.

2. Историческая ретроспектива понимания сущности явлений в управленческой деятельности.

3. Оценка современного состояния изучаемого вопроса;

4. Обобщение опыта исследования с освещением полемики по спорным и проблемным вопросам темы;

5. Критический обзор нормативной литературы по теме, с акцентированием внимания на нерешенных, противоречивых моментах действующего законодательства.

6. Полемику по проблемным и спорным вопросам.

7. Обзор передового опыта отечественных предприятий и международной практики применения методик анализа по выбранной теме.

При изложении темы работы следует опираться на знание действующей нормативной базы и делать на неё ссылки.

Выполнив первую главу, студент должен понять сущность управленческой категории, критически проанализировать ее методологическое и методическое освещение в литературе, выявить противоречия и нерешенные, спорные вопросы, дать им собственную оценку.

Первая глава служит теоретическим обоснованием будущих предложений студента.

Основная цель выполнения практической части курсовой работы состоит в раскрытии особенностей предмета исследования в конкретной организации, а именно на основе проведенного анализа информации и выявленных недостатков предложить конкретные меры по их устранению для улучшения деятельности данной организации по изучаемой проблеме.

Объем первой части курсовой работы – не более 15 страниц машинописного текста (формат А4).

2.2 Характеристика расчетно-аналитической части

В расчетно-аналитической части студентом должны быть раскрыты вопросы:

1. Дать краткую характеристику системы управления организации, на материалах которой пишется работа (название организации в соответствии с учредительными документами, год образования, месторасположение, вид деятельности, основные производственно-экономические показатели деятельности, организационная структура).

2. Проанализировать показатели деятельности по выбранной теме в соответствии с планом.

3. Сформулировать выводы по результатам расчетов, осветить проблемы, имеющиеся в организации.

В аналитической части используются различные типовые методики, приемы анализа, указываются источники информации, приводятся аналитические таблицы и расчеты, графические способы отражения результатов исследования, делаются выводы. Исследование и анализ должен выявить недостатки в работе, вскрыть неиспользованные резервы и наметить направления их использования. Далее разрабатываются предложения, которые должны вытекать из полученных результатов исследования.

Основная задача аналитической части состоит в использовании знаний в области финансового менеджмента в типовых расчетах финансовой службы фирмы.

Объем второй части курсовой работы – до 20 страниц машинописного текста (формат А4), а характеристика объекта исследования не должна превышать 5 страниц.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Работа выполняется с помощью компьютерной техники, печатается на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм) и только в черно-белом варианте (в том числе и иллюстративный материал). Соблюдаются следующие размеры полей: левое – 20 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Размер абзацного отступа – 1,25 мм.

Применяется шрифт Times New Roman 14-го кегля, межстрочный интервал – полуторный. Не допускается подчеркивание и выделение текста полужирным шрифтом или курсивом.

Курсовая работа печатается в строго последовательном порядке. Не допускаются разного рода текстовые и иллюстративные вставки, помещаемые на отдельных страницах, переносы текста, таблиц и рисунков с образованием белых полей (пропусков), превышающих установленный полуторный межстрочный интервал.

Работа должна иметь сквозную нумерацию страниц, начиная с титульного листа и заканчивая последним листом приложений. Число, обозначающее порядковый номер страницы, располагается в середине нижнего поля страницы. Исключение составляет титульный лист порядковый номер, на котором не проставляется.

Заголовки разделов и параграфов пишутся полужирным шрифтом, не содержат переносов в словах и точки в конце. Расстояние между заголовком и текстом, а также между заголовками составляет 3 межстрочных интервала. Расстояние между строками одного заголовка соответствует одинарному межстрочному интервалу. Заголовок не должен быть последней строкой на странице, непосредственно за ним должен следовать текст, а не таблица или рисунок. Заголовки разделов работы пишутся прописными буквами и центрируются относительно боковых полей страницы. Соответствующие разделы всегда начинаются с новой страницы. Заголовки подразделов пишутся строчными буквами. Нумерации подлежат только заголовки разделов и подразделов. Данная нумерация представлена арабскими цифрами с точкой и носит иерархический характер.

Оформление ссылок на формулы: номер формулы помещают в круглые скобки. Все формулы в курсовой работе подлежат последовательной нумерации. Нумерация представляется арабскими числами в круглых скобках. Порядковые номера формул располагают у правого края страницы, например:

$$R_{\text{пр}} = \frac{\text{Прп}}{В}; \tag{1}$$

где $R_{\text{пр}}$ – рентабельность продаж;

Прп – прибыль от реализации продукции.

В – выручка от реализации продукции.

При переносе формулы с одной строки на другую номер ставят на уровне ее последней строки. Система формул, образующих две строки и более, может быть объединена фигурной скобкой, тогда номер ставят против острого края скобки.

В тексте ссылки на порядковый номер формулы следует начинать со слов «формула, уравнение, выражение» и затем в круглых скобках указывать номер формулы. Например: «В формуле (1) приведены....»

Таблицы могут содержать цифровой либо текстовый материал. Любая таблица должна включать следующие обязательные элементы: обозначение, название, шапку, основную часть. Обозначение таблицы производится словом «Таблица», выравненным по середине страницы без точки в конце.

Таблица 1

Финансовые результаты сбытовой деятельности
предприятия, тыс. руб.

Показатели	2018 г.	2019 г.	Отклонения	
			тыс. руб.	%
1. Выручка				
2. Себестоимость				
3. Прибыль от реализации				

В целях удобства размещения и восприятия информации в табличной форме допустимо уменьшать размер шрифта до 10-12 кегля, а также межстрочный интервал до одинарного. Необходимо отметить, что тип и начертание шрифта должны быть сохранены: Times New Roman без выделения полужирным, курсивом или подчеркиванием.

Графу «№ п/п» в таблицу не включают. При необходимости нумерации показателей, наименований, параметров и других данных номера указывают в боковине таблицы перед смысловым наименованием.

Если цифровые данные в графах таблицы выражены в различных единицах физических величин, то их указывают в заголовке каждого столбца.

Если все параметры, размещенные в таблице, выражены в одной и той же единице физической величины (например, в рублях), сокращенное обозначение единицы физической величины помещают над таблицей, как правило, в примыкании к заголовку.

Когда в таблице помещены столбцы с параметрами, выраженными преимущественно в одной единице физической величины, но есть столбцы с параметрами, выраженными в других единицах физических величин, то сведения о других физических величинах дают в заголовках соответствующих столбцов таблицы.

Если все данные в строке приведены для одной единицы физической величины, то единицу физической величины указывают в соответствующей строке боковика таблицы.

Числовые значения величин в одном столбце должны иметь, как правило, одинаковое количество знаков. Дробные числа записываются в виде десятичных дробей.

В случае включения в курсовую работу табличных данных, ранее опубликованных в других источниках, под таблицей указывается ссылка на источник цитирования (с указанием конкретной страницы) с использованием правил библиографического описания документа.

Наиболее часто встречающимися в курсовой работе видами рисунков являются: графики, диаграммы, блок-схемы. Подпись к рисунку размещают под ним, и центрируют ее относительно боковых полей страницы. Подпись состоит из таких обязательных элементов, как слово «Рисунок»; порядковый номер иллюстрации, который указывается без значка «№» и после которого ставится точка; тематический заголовок, который характеризует изображаемое в наиболее краткой форме и после которого точка не ставится.

Нумерация рисунков и, при необходимости, ссылка на источник цитирования

производится аналогично оформлению соответствующих элементов таблиц. При создании рисунков также допускается уменьшение шрифта и межстрочного интервала, при сохранении иллюстративности представления данных и соблюдении тех же требований, что в отношении таблиц.

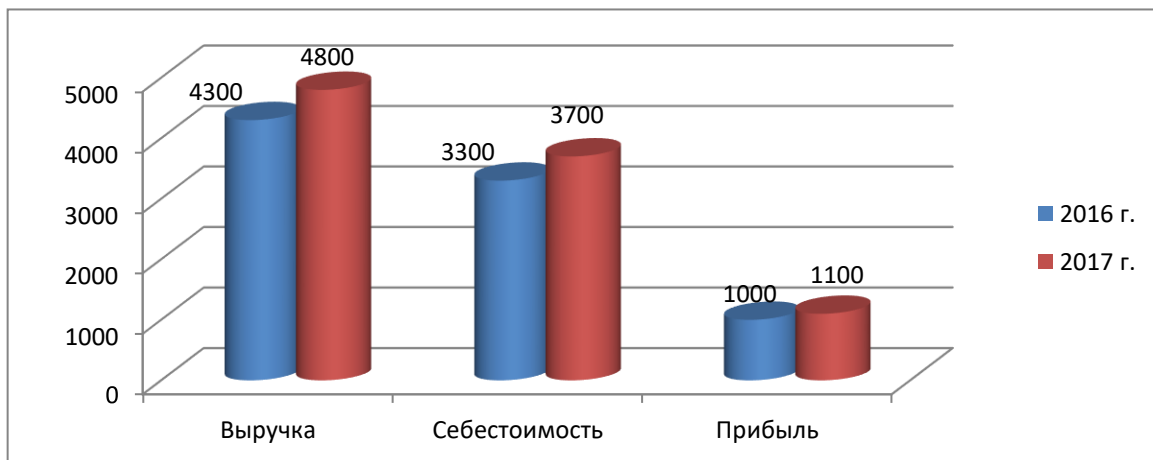


Рисунок 1 - Финансовые результаты сбытовой деятельности предприятия, тыс. руб.

Нумерация рисунков, таблиц, формул допускается как сквозная (Рисунок 1..., таблица 1...), так и внутри каждого раздела (Рисунок 1.1..., таблица 1.1...)

4. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Роль и значение коммуникационной кампании в структуре PR (на примере ...).
2. Организация PR-деятельности компании (на примере ...).
3. Место и роль PR-подразделения в структуре организации(на примере ...) .
4. Проведение социологических исследований в ходе рекламной и PR-кампании (на примере ...).
5. Коммуникационный аудит как составная часть рекламной и PR-кампании (на примере ...).
6. Разработка общей концепции рекламной и PR-кампании для коммерческого сектора (на примере ...).
7. Особенности разработки и реализации кампаний в рекламе и связях с общественностью в сфере телекоммуникаций (на примере ...).
8. Разработка общей концепции рекламной и PR-кампании для общественной организации (на примере ...).
9. Разработка общей концепции рекламной и PR-кампании для государственного учреждения (на примере ...).
10. Формирование базы данных для проведения рекламной и PR-кампании (на примере ...).
11. Разработка текстов для проведения эффективной рекламной и PR-кампании (на примере ...).
12. Правила расчета бюджета рекламной и PR-кампании: современная практика (на примере ...).
13. Принципы составления медиа-карты и ее продуктивного использования во время проведения рекламной и PR-кампании (на примере ...).
14. Особенности составления медиаплана и анализ его основных параметров (на примере ...).
15. Привлечение информационных спонсоров во время организации и проведения кампаний в рекламе и связях с общественностью (на примере ...).
16. Проблемы оценки эффективности реализации кампаний в рекламе и связях с общественностью (на примере ...).
17. Методики измерения показателей оценки эффективности рекламной и PR-кампании (на примере ...).
18. Специфика проведения кампаний в рекламе и связях с общественностью в регионах (объект по выбору студента).
19. Сравнительный анализ организации кампаний в рекламе и связях с общественностью в России и за рубежом (на примере ...).
20. Информационное планирование и формирование информационного повода (на примере ...).
21. Разработка программы мероприятия (пресс-конференция, брифинг, краткое заявление для прессы, пресс-тур, презентация, дегустация, выставка, ярмарка, пикет, митинг, шествие, демонстрация, флэш-моб, концерт, фестиваль, конкурс, марафон, товарищеский матч) (на примере ...).
22. Анализ рисков и антикризисное реагирование в режиме планирования рекламной и PR-кампании (на примере ...).

23. Особенности ресурсного планирования и бюджетирования рекламной и PR-кампании (на примере ...).
24. Особенности организации кампаний по связям с общественностью (на примере ...).
25. Основные этапы разработки комплексной рекламной и PR-кампании (на примере ...).
26. Принципы комплексной рекламной и PR-кампании и условия их эффективной реализации (на примере ...).
27. Оценка эффективности проведённой комплексной рекламной и PR-кампании (на примере ...).
28. Методы и средства комплексной рекламной и PR-кампании (на примере ...).
29. Аутсорсинг в PR: перспективы развития (на примере ...).
30. Рынок рекламных услуг России (на примере ...).
31. Разработка стратегии и PR-стратегии организации (на примере ...).
32. Подготовка и планирование PR-кампании (на примере ...).
33. Планирование и организация комплексной PR-кампании (на примере ...).
34. Организация рекламной кампании: этапы, особенности (на примере ...).
35. Использование PR-средств при подготовке и проведении специальных мероприятий(на примере ...) .
36. Выставочная деятельность (на примере ...).
37. Проект организации благотворительной акции (на примере ...).
38. Проект празднования юбилея компании (на примере ...)

5. ЛИТЕРАТУРА И ИНЫЕ ИСТОЧНИКИ, РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ДЛЯ НАПИСАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

5.1. Основная литература.

1. Марочкина С. С., Дмитриева Л. М., Азарова Е. В. Введение в специальность: реклама: учебное пособие реклама Юнити-Дана, Москва, 2022, 239
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114757
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф. И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. URL:
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042>
3. Маслова В. М., Синяева И. М., Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие Юнити-Дана, Москва, 2022, 384
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114502

5.2. Дополнительная литература

1. Лужнова, Н. В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н. В. Лужнова Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2022. URL:
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768>
2. Клюев Ю. В. Теория и практика массовой информации: учебное пособие Директ-Медиа, М.Берлин, 2022, 100
http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=429884

5.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных и информационные системы

1. <http://mon.gov.ru> – сайт Минобрнауки РФ
2. <http://www.edu.ru/> – библиотека федерального портала «Российское образование» (содержит каталог ссылок на интернет-ресурсы, электронные библиотеки по различным вопросам образования)
3. <http://www.prlib.ru> – Президентская библиотека
4. <http://www.rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека
5. <http://elibrary.rsl.ru/> – сайт Российской государственной библиотеки (раздел «Электронная библиотека»)
6. <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека «Elibrary»
<http://lib.icone.ru> - Электронно-библиотечная система АНО ВО «Институт непрерывного образования»
<http://biblioclub.ru> ЭБС Университетская библиотека
7. <https://uisrussia.msu.ru> университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)
8. <http://www.rubricon.com> Рубрикон. Крупнейший энциклопедический ресурс интернета

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Университетский колледж»

КУРСОВАЯ РАБОТА

**ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и
тактического планирования рекламных и коммуникационных
кампаний, акций и мероприятий МДК.02.01 Организация и
проведение рекламных и коммуникационных кампаний**

(тема)

Выполнил: обучающийся
_____ курса
специальности

(ФИО)

Проверил:

(степень, звание, ФИО)

Подпись _____

Москва 2023

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ БЛАНКА ОТЗЫВА НА КУРСОВУЮ РАБОТУ

Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Университетский колледж»

Отзыв
руководителя о курсовой работе

обучающейся Ивановой Светланы Владимировны группа _____
по ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования
рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК.02.01 Организация и
проведение рекламных и коммуникационных кампаний
выполненной по теме Организация PR-деятельности компании (на примере ООО
«Санэкспресс»)

по специальности 42.02.01 Реклама

1 Курсовая работа выполнена на _____ листах.

2 Соответствие курсовой работы требованиям ФГОС СПО в части формируемых
компетенций дисциплины _____

3 Соответствие курсовой работы заданию _____

4 Степень проработанности разделов курсовой работы _____

5 Замечания по курсовой работе _____

6 Оценка качеств студента, проявленных в процессе выполнения курсовой работы

7 Общее заключение о результатах курсовой работы

Курсовая работа заслуживает оценки «_____».

Руководитель курсовой работы _____

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

Подпись _____ «___» _____ 20__ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В
ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ БЛАНКА ЗАДАНИЯ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ

Утверждаю
Руководитель ПЦК

(наименование ПЦК)

(подпись) (инициалы, фамилия)

«_____» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ
на выполнение курсовой работы

обучающегося _____ группы _____
(фамилия, имя, отчество)

по специальности _____
(код, наименование)

По дисциплине ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний

1 Тема работы Организация PR-деятельности компании (на примере ООО «Санэкспресс» _

2 Срок сдачи работы «_____» _____ 20__ г.

3 Цель и задачи работы _____

4 Исходные данные к работе _____

5 Перечень вопросов, подлежащих разработке _____

6 Перечень графического (иллюстрационного) материала _____

Дата выдачи и получения задания

Руководитель «___» _____ 20__ г. _____
(подпись) (инициалы, фамилия)

Обучающийся «_____» _____ 20__ г. _____
(подпись) (инициалы, фамилия)

ПРИЛОЖЕНИЕ Г ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ АННОТАЦИИ

Аннотация

Мероприятия PR-кампании необходимы для формирования управляемого имиджа организации и его услуг. Благодаря продуманным и спланированным мероприятиям PR-кампании в сознании общественности закрепляется положительный имидж учреждения, повышаются продажи.

Цель данной курсовой работы – исследование организации и проведения кампаний в сфере PublicRelations на примере туристической компании ООО «Санэкспресс».

В курсовой работе рассмотрены теоретические вопросы сущности, организации и проведения PR-кампании: определение, составляющие понятия, типология, характеристика этапов и оценка эффективности проведения PR-кампании. А также проведен анализ организации и проведения PR-кампании на примере туристической компании ООО «Санэкспресс» и оценка результатов данной PR-кампании.

Работа выполнена печатным способом на 38 страницах с использованием 51 источников, содержит 7 таблиц, 2 рисунка и 3 приложения.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д
ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	
1. Теоретические вопросы сущности, организации и проведения PR-кампании	
1.1 PR-кампании: определение, составляющие понятия, типология	
1.2 Характеристика этапов проведения PR-кампании	
1.3 Оценка эффективности проведения PR-кампании.....	
2 Анализ организации и проведения PR-кампании ООО «Санэкспресс»	
2.1 Общая характеристика PR-подразделения ООО «Санэкспресс».....	
2.2 Анализ и оценка организации проведения PR-кампании «Санэкспресс»...	
2.3 Разработка мероприятий по совершенствованию организации и проведения PR-кампании.....	
Заключение.....	
Список использованных источников.....	
Приложение А Бизнес-план ООО «Санэкспресс».....	