

Курсовая работа является важным элементом учебного процесса.

Цель состоит в том, чтобы студент **расширил и углубил свои знания** по ключевым дисциплинам, выработал умение глубоко и самостоятельно **разрабатывать конкретную проблему** курса; обобщать, систематизировать и **анализировать** данные, полученные из литературных источников, статистических материалов. Написание курсовой работы имеет большое значение для углубления навыков **исследовательской работы** и необходимого **опыта** в изложении полученных знаний и результатов проделанной работы.

К курсовой работе предъявляются следующие основные требования:

- 1) **высокий теоретический** уровень, который достигается путём изучения классических трудов учёных
- 2) критическое **осмысление** современных взглядов по теоретическим вопросам, умение высказывать и обосновывать собственное мнение
- 3) **научный** подход к изучаемым фактическим материалам, направленный на улучшение того или иного процесса
- 4) насыщенность **фактическим** материалом, заимствованным из статистических источников, СМИ, документальных источников
- б) литературное изложение и правильное **оформление**

курсовой работы, с соблюдением основных требований, предъявляемых к её оформлению.

Курсовая работа выполняется студентом **самостоятельно**. Закреплённый научный руководитель помогает студенту сориентироваться в литературе, выбрать правильное направление исследования, выделить наиболее важные и актуальные теоретические и практические вопросы темы.

Весь процесс подготовки, выполнения и защиты курсовых работ состоит из следующих этапов:

Выбор темы

Составление плана

Написание работы

Оформление курсовой работы

Защита курсовой работы

Курсовая работа может быть ориентирована больше на **теорию** или больше на **практику**, может рассматриваться **исторический** аспект или анализироваться **зарубежный** опыт.

План работы в обязательном порядке согласуется с научным руководителем!

Структура курсовой работы

Курсовая работа должна представлять собой **единое целое**: между отдельными разделами и подразделами должна существовать логическая связь.

Курсовая работа должна состоять из следующих частей:

Титульный лист (по шаблону)

Содержание с указанием страниц

Введение

Теоретическая часть

(Глава I)

Аналитическая часть

(Глава II)

Заключение

Список литературы

Приложения

Т р е б о в а н и я к с о д е р ж а н и ю :

Введение (общий объем 1,5-2 страницы). Здесь обязательно отражаются:

актуальность выбранной темы, обоснование ее выбора

цель курсовой работы (формируется исходя из ее темы)

задачи исследования (определяются в соответствии с планом работы)

объект исследования

предмет исследования

теоретическая основа разработки темы курсовой работы: труды отечественных и зарубежных ученых (перечислить Ф.И.О.)

методы исследований, которые применялись автором при обработке материала курсовой работы.

Первая глава (общий объем 10-15 листов) имеет **теоретический** характер. В ней рассматриваются теоретико-методологические вопросы, лежащие **в основе** всего исследования. Глава состоит из **2-4 параграфов**, обозначаемых **1.1., 1.2. и т.д.** Каждый параграф **заканчивается выводом**, а последний параграф заканчивается выводом **ко всей главе**.

Вторая глава (общий объем 15-20 листов) носит **практический и аналитический** характер. Глава состоит из **2-4 параграфов**, обозначаемых **2.1., 2.2. и т.д.**

Заключение представляет собой подведение **итогов** и основные выводы всей курсовой работы. Заключение является парной частью с Введением и строится по принципу ответов на поставленные в начале работы вопросы, где вместо поставленных задач описываются достигнутые результаты. *Заключение* должно составлять **не менее 5% объёма работы**.

Список литературы должен включать все использованные для данной работы источники (учебники, монографии, справочники, журнальные статьи и др.). Список литературы должен содержать не менее 25 наименований использованных литературных источников, расположенных в алфавитном порядке. В список включаются все законы и положения, касающиеся темы. Обязательным требованием является наличие источников последних двух лет издания.

Приложения включают, как правило, **вспомогательный** материал, тщательнее иллюстрирующий раскрытую тему (графики, схемы, дополнительные расчеты, таблицы).

В процессе написания курсовой работы научные руководители проводят консультации, которые имеют целью помощь студентам в устранении встречающихся затруднений, дают возможность контролировать ход написания работы.

Оформление (форматирование) курсовой работы

Шрифт **Times New Roman** размером **14** пт. с использованием текстового редактора Microsoft Word, либо аналогичным по размеру и типу шрифтом при использовании других текстовых редакторов на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297мм), используя **полуторный межстрочный интервал**.

Поля страницы должны быть следующие:

- **левое поле - 30 мм;**
- **правое поле -10 мм;**
- **верхнее поле - 20 мм;**
- **нижнее поле - 20 мм.**

Каждый абзац должен начинаться с красной строки. **Отступ абзаца – 1,25** мм от левой границы текста.

Сноски и подстрочные примечания помещаются в нижней части соответствующей страницы и заканчиваются до границы нижнего поля. Все страницы, за **исключением приложений** работы должны быть пронумерованы. **Нумерация** проставляется **внизу** страницы. Первой страницей считается **титульный лист**, на котором номер страницы не проставляется. Нумерация **начинается со второй** страницы работы — **Содержания**.

Заголовки в содержании должны полностью соответствовать заголовкам глав и параграфов в тексте работы. Введение, каждая

новая глава, заключение, список использованных источников и литературы, приложения начинаются с **новой страницы, кроме параграфов** которые входят в состав глав. Введение, название глав, параграфов, заключение, список использованных источников и литературы в тексте форматируется **по центру** и выделяется **жирным** шрифтом. **Точки** в названиях глав и параграфов **не ставятся.**

Иллюстративный материал (таблицы, графики, рисунки, формулы, схемы, образцы рекламы и т.д.) включается в работу с целью обеспечения наглядности. **По тексту** работы включаются **небольшие** иллюстрации, а **объёмный** (более 0,5 страницы А4) иллюстративный материал выносится в **Приложения.**

Оформление источников и приложений

В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке работы и на которые имеются ссылки в работе. Список использованных источников и литературы указывается в следующем **порядке:**

- нормативные** правовые акты
- учебники**, монографии, диссертации, статьи
- интернет-ресурсы.**

Нормативно-правовые акты располагаются **по юридической силе** (Конституция, ФКЗ, ФЗ, Указы Президента, Постановления Правительства, акты министерств и ведомств и т.д.). Учебники, монографии, диссертации, статьи, интернет-ресурсы проставляются

в алфавитном порядке (авторов или названий). Все использованные источники должны быть пронумерованы арабскими цифрами и иметь сквозную нумерация по всему списку источников.

Ссылки на литературные источники:

Подстрочные ссылки располагаются в конце каждой страницы. В этом случае для связи с текстом используются цифры.

Например: В тексте: *Дошедшие до нас памятники, чаще всего представлены летописными сводами*

В сноске:

1. *Культурология. История мировой культуры.*— М., 2018.— С. 199.

Затекстовые ссылки оформляются как перечень библиографических записей, помещенных после текста. Связь библиографического списка с текстом осуществляется **по номерам записей** в списке использованных источников и литературы. Такие номера в тексте работы заключаются в **квадратные [] скобки**, через запятую указываются страницы, где расположена цитата. Цифры в них указывают, под каким номером следует в библиографическом списке искать нужный документ.

Например: [34, с.78].

Приложения оформляются после списка использованных источников, последовательно нумеруются арабскими цифрами в правом верхнем углу, например: «**Приложение 1**» и т.д. Страницы приложений **не нумеруются**. В тексте работы на все приложения должны быть приведены ссылки. Каждое приложение начинается с новой страницы.

Защита курсовой работы

Сданная курсовая работа проверяется научным руководителем. По ней составляется **рецензия**, в которой отмечаются положительные и отрицательные моменты. По результатам проверки курсовая работа либо **допускается** к защите, либо не допускается к защите, т.е. работа подлежит дальнейшей доработке с учетом указанных замечаний преподавателя.

Беседа по итогам курсовой работы проводится индивидуально. Процесс защиты состоит в следующем: в начале защиты студент кратко докладывает содержание работы, формулирует основные выводы. Затем он отвечает на замечания, указанные в рецензии, и на задаваемые вопросы.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КУРСОВАЯ РАБОТА

**по дисциплине «Теория и практика связей с
общественностью»**

Тема: _____

Выполнил: студент _____ курса
группа Иванов И.И.

Проверил: к.с.н., доцент кафедры РСО
Выдрина А.С.

Москва

Содержание:

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы восприятия рекламы.....	5
1.1. Научные и теоретические подходы в изучении цвета и формы	5
1.2. Влияние цветовосприятия на когнитивную сферу.....	13
1.3. Особенности цвета и формы в СМИ.....	18
Глава 2. Анализ влияния цвета и формы на восприятие рекламы компаний разных сфер деятельности	26
2.1. Анализ влияния цветов на восприятие и эмоции в рекламе.....	26
2.2. Рекомендации по повышению эффективности рекламы.....	39
Заключение.....	44
Список литературы.....	50
Приложения	

Глава 1. Теоретические основы восприятия рекламы

1.1. Научные и теоретические подходы в изучении цвета и формы

Список литературы:

1. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П. А. Кузнецов. — М. : Дашков и К, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85272.html>
2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд. — М. : Дашков и К, 2019. — 538 с. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85319.html>
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — М. : Дашков и К, 2018. — 324 с. — ISBN 978-5-394-00792-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85717.html>
4. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/9489e6b560df698055655d14f93f770f826b9b8b/
5. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/d36a4b7f0e75db56ba6e7f8c76a44a8b8a22ade5/

РЕЦЕНЗИЯ

на курсовую работу студента
по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью»

Тема

№ п/п	ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ	Оценка по четырехбалльной шкале
I.	Оценка работы по формальным критериям:	-----
1.	Внешний вид работы и правильность оформления работы	
2.	Наличие внутренней рубрикации разделов и подразделов	
3.	Указание страниц в содержании и их нумерация в тексте	
4.	Наличие в тексте сносок и ссылок, правильность цитирования и оформления цитат	
5.	Наглядность и качество иллюстративного материала (при наличии)	
6.	Качество дополнительных приложений (при наличии)	
7.	Правильность оформления списка использованных материалов	
II.	Оценка работы по содержанию:	-----
8.	Обоснование актуальности проблематики	
9.	Логичность структуры курсовой работы	
10.	Качество научно-категориального аппарата	
11.	Соответствие содержания работы заявленной теме	
12.	Соответствие содержания разделов их названию	
13.	Наличие теоретического анализа литературы	
14.	Умение делать выводы	
15.	Качество составления заключения	

Примерные темы курсовых работ

1. Особенности PR в разных сферах общественной жизни (на примере...)
2. Проблема определения приемов и методов создания имиджа и управления репутацией
3. Основные виды современных PR-мероприятий
4. Особенности PR-сотрудничества с лидерами мнений и инфлюенсерами
5. Основные требования к корпоративному стилю и имиджевой корпоративной рекламе
6. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение
7. Особенности PR-коммуникаций с разными группами общественности в современной России
8. Проблемы классификации и основные направления в области связей с общественностью
9. Влияние социокультурных факторов на проведение кампаний в сфере связей с общественностью
10. Влияние средств массовой информации на массовое сознание: проблемы современной России
11. Использование гендерных стереотипов при проведении кампаний в сфере связей с общественностью
12. Значение фольклора и постфольклора в связях с общественностью
13. Использование общественных мифов при проведении кампаний в сфере PR
14. Психолингвистические технологии в связях с общественностью
15. Роль стереотипов в связях с общественностью
16. Использование суггестивных технологий при проведении кампаний в сфере связей с общественностью

17. Современный сравнительный анализ рекламы, связей с общественностью и маркетинга
18. Особенности построения информационной политики учреждения «третьего» сектора общества (НКО)
19. Сравнительный анализ PR-планирования в государственной и коммерческой организациях
20. Проблемы создания PR-текстов для разных интернет-коммуникаций
21. Благотворительность и спонсорство: российские традиции работы с репутацией компании
22. Особенности и проблемы построения PR-стратегий в России
23. Пресс-служба как форма организации профессиональной деятельности по связям с общественностью
24. Роль пресс-секретаря в современных российских PR-коммуникациях
25. Профессиональные и этические вопросы применения манипулятивных технологий в PR
26. Сравнительный анализ оффлайн и онлайн PR-технологий
27. Исторические аспекты формирования национального стиля PR
28. Политический PR и политическая пропаганда: примеры диффузии
29. Особенности применения PR-технологий в кризисных ситуациях
30. Постковидный PR в России: основные тенденции.