

Автономная некоммерческая организация  
профессиональная образовательная организация  
«Московский колледж деловой карьеры»  
(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ  
Зам. директора АНО ПОО «МКДК»  
Л.М. Бетина  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ  
**ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ  
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

**МДК.01.02 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ  
КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ**

Специальность: 42.02.01 Реклама

Москва, 2023г.

Методические рекомендации разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. N 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22 августа 2023 г. № 74908)

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Общие положения .....	4
2. Требования к подготовке курсовой работы .....	4
3. Требования к оформлению курсовой работы .....	7
4. Порядок процедуры защиты и оценивания курсовой работы .....	11
Приложения .....	13

## **1. Общие положения**

1.1. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» для специальности 42.02.01 Реклама (далее – Методические рекомендации) разработаны в соответствии с нормативно - правовыми документами:

- Федеральным законом РФ от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- Приказа Министерства образования и науки РФ от 24 августа 2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (с изменениями и дополнениями);
- Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама (далее - ФГОС СПО);
- методическими рекомендациями по выполнению курсовой работы.
- локальными актами АНО ПОО «МКДК».

1.2. Курсовая работа по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» обучающегося представляет собой логически завершенное и оформленное в виде текста изложение содержания определенных проблем, задач и методов их решения по междисциплинарному курсу, предусмотренному учебным планом ООП СПО.

1.3. Методические рекомендации определяют порядок подготовки, оформления и процедуры защиты курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» по специальности 42.02.01 Реклама.

1.4. Выполнение курсовой работы является одним из видов учебной работы обучающихся в рамках освоения ООП СПО по специальности 42.02.01 Реклама, позволяющих оценить уровень сформированности общих и профессиональных компетенций по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» .

1.5. Курсовая работа по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» выполняется в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным учебным графиком для специальности 42.02.01 Реклама.

## **2. Требования к подготовке курсовой работы**

2.1. Тематика курсовых работ по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» разрабатывается, утверждается и ежегодно актуализируется цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы, реализующей образовательную деятельность по специальности 42.02.01 Реклама. В рамках предлагаемой тематики обучающимся предоставляется право выбора темы. Обучающийся может самостоятельно предложить тему курсовой работы с обоснованием ее целесообразности.

2.2. Примерный перечень тем курсовых работ приведен в Приложение К.

2.3. Тематика курсовых работ должна:

- соответствовать задачам профессиональной подготовки специалистов среднего звена; - быть проблемной и актуальной;
- приобщать обучающихся к научно-исследовательским направлениям, разрабатываемым на цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы;
- учитывать исследовательскую направленность творческой работы над самостоятельно отобранными предметными изучаемыми фактами.

- 2.4. Курсовая работа по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» должна отвечать требованиям, предъявляемым к оформлению работ обучающихся.
- 2.5. Выбранная тема курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» закрепляется за обучающимся в начале семестра. Распределение тем курсовых работ отражается в протоколе заседания цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы.
- 2.6. Каждый обучающийся выполняет курсовую работу индивидуально.
- 2.7. Курсовая работа по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», как форма научно-исследовательской работы обучающегося и важное средство контроля самостоятельной работы обучающихся предполагает решение следующих задач:
- формирование общих и профессиональных компетенций, предусмотренных при изучении междисциплинарного курса, предусматривающей выполнение курсовой работы;
  - закрепление, углубление и расширение знаний обучающимися по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»;
  - формирование исследовательских умений обучающимися: формулировка проблемы исследования, анализ различных подходов к решению проблемы; формулировка цели, объекта, предмета и задач работы, сопоставление цели и результатов работы, формулировка выводов и т.д.;
  - формирование умений использования различных методов анализа, сравнения, обобщения, классификации.
- 2.8. В ходе выполнения курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» обучающийся обязан:
- научиться пользоваться библиографическими указателями и грамотно составлять библиографические списки литературы;
  - изучить и осмыслить определенный круг литературы, на основе анализа которой сделать обстоятельный обзор по избранной проблеме;
  - самостоятельно собрать и проанализировать материал по теме, при необходимости провести эксперимент, используя методику исследования;
  - на основе изучения литературы, проведенного анализа и обобщения практического опыта, сделать выводы и рекомендации для дальнейшей работы над темой.
- 2.9. В соответствии с поставленными задачами этапы выполнения курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» имеют определенную последовательность:
- выбор темы и разработка плана;
  - изучение литературы по теме и написание библиографического обзора;
  - сбор материала, проведение анализа собранного материала, обработка его по избранной методике;
  - написание основной части курсовой работы;
  - подготовка заключения;
  - оформление курсовой работы;
  - представление завершенной и надлежаще оформленной курсовой работы на цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы, обеспечивающую руководство курсовой работой;

- получение рецензии руководителя на курсовую работу и устранение указанных в ней замечаний.

2.10. Выполнение обучающимися курсовой работ по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» организуют и контролируют:

- председатель цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы, обеспечивающей руководство курсовой работой;
- руководитель курсовой работы.

2.11. Председатель цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы распределяет педагогическую нагрузку по руководству курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» между преподавателями цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы.

2.12. Руководитель курсовой работы непосредственно организует и контролирует выполнение курсовой работы. В его обязанности входит:

- проведение консультаций по вопросам методики подготовки, написания и защиты курсовой работы, а также по ее структуре и содержанию;
- контроль выполнения и своевременного представления курсовой работы цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы; - составление письменной рецензии на курсовую работу; - проведение защиты курсовой работы.

2.13. Руководитель курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» несет ответственность за соответствие представленной к защите курсовой работы установленным требованиям.

2.14. Курсовая работа, независимо от ее конкретного содержания, должна иметь следующую структуру:

- титульный лист (Приложение А),
- содержание;
- введение: обоснование темы, изложение цели, формулирование объекта и предмета исследования, определение задач работы, общая характеристика источников и методов изучения;
- основную часть: в ней раскрываются основные понятия, сущность проблемы и ее состояние в современной теории и практике. В основной части излагаются результаты анализа собранного материала и, соответственно, выделяются главы и параграфы. Каждая из глав должна иметь выводы, которые отделяются от основного текста одной пропущенной строкой. Выводы по главам не являются самостоятельной частью курсовой работы, поэтому они не вносятся в Содержание в качестве отдельного пункта. Выводы по главам не должны дословно дублироваться в Заключение курсовой работы;
- заключение: содержит общие выводы, практические рекомендации, перспективы дальнейшего изучения темы;
- список использованных источников. Список включает названия только тех статей, книг и других источников, на которые есть ссылки в работе. Список использованных источников должен содержать не менее 15 наименований;
- приложения – это факультативная часть работы, которая содержит схемы, таблицы, графики, матрицы и т.п.

2.15. План курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» и примерная структура представляется обучающимся руководителю. В соответствии с замечаниями руководителя содержание уточняется и

корректируется. Все изменения, внесенные в текст курсовой работы, согласовываются с руководителем.

### 3. Требования к оформлению курсовой работы

#### 3.1. Общие требования к оформлению

Текст печатается на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Работа брошюруется.

Цвет шрифта – черный. Размер шрифта (кегель) 14. Тип шрифта – Times New Roman. Шрифт печати должен быть прямым, четким, черного цвета, одинаковым по всему объему текста.

При выделении заголовков структурных частей курсовой работы используется полужирный шрифт (оглавление, введение, название главы, заключение и т.д.).

Текст обязательно выравнивается по ширине.

Размер абзацного отступа – 1,25 см, межстрочный интервал – 1,5.

Поля: левое – 25 мм, правое – 15 мм, верхнее и нижнее 20 мм.

Нумерация страниц работы должна быть сквозной, включая список использованных источников и приложения. Нумерация начинается со страницы 3 (введение), первой страницей является титульный лист, второй – содержание и так далее, последней – первая страница приложения. Номер страницы проставляют арабскими цифрами, шрифт Times New Roman, размер шрифта 12 в центре нижней части листа без точки. На титульном листе и странице «Содержание» номер страницы не ставится.

В тексте используется «длинное тире» (его клавиатурное сочетание в MS Word: Ctrl + «минус» на дополнительной клавиатуре). Используются «кавычки-елочки».

Оптимальный объем курсовой работы (без приложений) по ОПОП СПО – 25-30 страниц. Повреждения листов работы, ошибки не допускаются.

#### 3.2. Оформление заголовков (Приложение Б)

Заголовки структурных элементов (содержания, введения, глав) работы располагают в середине строки (выравнивание по центру), без точки в конце и печатают заглавными буквами без подчеркивания.

Каждый структурный элемент (содержание, введение, каждую новую главу, список использованных источников, приложения) и следует начинать с новой страницы. Шрифт – Times New Roman, 14 кегель, полужирный.

Названия параграфов располагают в середине строки (выравнивание по центру), без точки в конце и печатают строчными буквами без подчеркивания. Шрифт – Times New Roman, 14 кегель, полужирный. Точки после номера параграфа не ставятся. Между названиями структурных элементов курсовой работы – содержания, введения, названия главы – параграфа и текстом пропускается одна строка.

Названия пунктов и подпунктов: располагают по ширине строки, без точки в конце и печатают строчными буквами без подчеркивания. Шрифт – Times New Roman, 14 кегель, курсив. Точки после номера пункта и подпункта не ставятся.

Текст работы разбивается на главы, параграфы и пункты, которые должны иметь порядковые номера.

Заголовки глав, соответствующие теме и плану работы, указанному в содержании, печатаются жирным шрифтом (размер шрифта 14); выравниваются по центру текста без абзацного отступа, без подчеркивания, без точки в конце, межстрочный интервал полуторный.

Заголовки пунктов и подпунктов печатаются обычным шрифтом (размер шрифта 14), выравниваются по центру текста без абзацного отступа, без подчеркивания, без точки в конце, межстрочный интервал полуторный.

Если заголовок включает несколько предложений, их разделяют точками. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Не разрешается помещать заголовки отдельно от последующего текста. На странице, где приводится заголовок, должно быть не менее двух строк последующего текста.

Все главы, параграфы, пункты нумеруются арабскими цифрами в начале заголовка.

Главы работы должны иметь порядковую нумерацию в пределах основной части работы и обозначаться арабскими цифрами с точкой, например: 1., 2., 3. и т.д.

Параграфы – часть раздела, нумеруются арабскими цифрами в пределах каждой главы двумя цифрами, разделенными точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Первая цифра обозначает номер главы, вторая – номер параграфа (рис.2).

Перечисления – структурный элемент текста работы, содержащий перечисления требований, указаний, положений. Перечисления выделяются цифрами (I, II, III, 1, 2, 3 ...), буквами (а, б, в...), маркерами, абзацными отступлениями (1,25 см).

### 3.3. Оформление содержания

Заголовок «СОДЕРЖАНИЕ» пишется заглавными буквами, выравнивание – по центру, шрифт – полужирный (Приложение В).

Содержание включает введение, наименование всех глав, параграфов, заключение, список использованных источников, приложения 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, выравнивание по ширине строки, без точки в конце. Содержание должно помещаться на одной странице.

Названия структурных элементов курсовой работы и параграфов в Содержании должны совпадать с названиями структурных элементов курсовой работы и параграфов курсовой работы.

Нумерация и знаки препинания в нумерации в названиях структурных элементов курсовой работы, глав и параграфов в Содержании сохраняются. Шрифт – Times New Roman, 14 кегль.

Страница «Содержание» не нумеруется.

### 3.4. Оформление рисунков (Приложение Г)

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, 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, как и рисунок, форматирование – как и у обычного текста. Форматирование: 12 кегль, шрифт – обычный. Слово «Рисунок» пишется полностью. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1» (рис.1).

При ссылках на иллюстрацию следует писать «... в соответствии с рис. 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рис. 1.2» при нумерации в пределах раздела, или (рис. 1).

После слово «Рисунок 2» пишется название. В этом случае подпись должна выглядеть так: «Рисунок 2 – Название». Точка в конце названия не ставится. Если в работе есть

приложения, то рисунки каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением впереди обозначение приложения (например: Рисунок А.3).

При упоминании в тексте курсовой работы (проекта) слова «рисунок» используется его сокращенная форма «рис.» (ГОСТ Р 7.0.12-2011. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке).

### 3.5. Оформление таблиц (Приложение Д)

Таблицы должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые. Таблицы нумеруются арабскими цифрами, нумерация сквозная, но допускается нумеровать и в пределах раздела (главы). В последнем случае номер таблицы состоит из номера главы и порядкового номера таблицы, разделенных точкой (например: Таблица 1.1).

Название пишется над таблицей по центру. Форматирование названия – как у обычного текста. Форматирование названия: 12 кегль, шрифт – обычный. Слово «Таблица» пишется полностью. Если таблица одна, то она обозначается «Таблица 1».

При ссылаках на таблицу следует писать: «... в соответствии с табл. 2» – при сквозной нумерации; «... в соответствии с табл. 1.2» – при нумерации в пределах раздела; или «...(табл. 1)».

При упоминании в тексте курсовой работы (проекта) слова «таблица» используется его сокращенная форма «табл.» (ГОСТ Р 7.0.12-2011. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке).

Шрифт в таблицах используется меньший, чем в основной части работы (9-12 кегль), но всех таблицах курсовой работы (проекта) размер шрифта должен быть одинаковым по размеру.

При переносе нескольких строк таблицы на следующую страницу «Продолжение таблицы» не пишется (Изменение № 1 ГОСТ 2.105-95 Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам принято Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации по переписке (протокол № 23 от 28.02.2006)). Эта функция выполняется на современных ПК автоматически.

Графа «№ п/п» в таблицу не включается. При необходимости нумерации показателей, порядковые номера следует указывать в заголовках строк таблицы, непосредственно перед их наименованием.

### 3.6. Оформление формул

В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Формулы следует выделять курсивом, текст 14 размер.

Если в работе приведено более одной формулы, то формулы подвергаются сквозной (единой) нумерации. Все формулы, выносимые в отдельную строку, нумеруются арабскими цифрами в пределах раздела. Номер указывают с правой стороны листа на уровне формулы в круглых скобках. Например:

$$\frac{A}{C \Pi \text{ — } B} \quad (1)$$

где  $C$  – показатель такой-то, ед. изм.;

$A$  – .....

$B$  – .....

Пояснение обозначений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они даны в формуле, текст выделять курсивом, 14 размером. Пояснение каждого символа и числового

коэффициента следует давать с новой строки. Пояснения обозначений располагают в столбец, выравнивая относительно знака «тире».

Перенос очень длинной по записи формулы с одной строки на другую осуществляется после знака равенства (=) или после знаков сложения (+), вычитания (-), умножения ( $\Pi$ ), деления (:). При этом номер формулы ставится на уровне последней строки.

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

### 3.7 Сокращения и единицы измерения

Все слова в курсовой работе необходимо писать полностью. Допускаются только общепринятые сокращения, например: и т.п., универсам, ГУМ. Если в работе применяются узкоспециальные сокращения, символы, термины, перечень следует составлять в тех случаях, когда их общее количество – более 20 и каждое повторяется в тексте не менее 3-5 раз. Сокращения, символы и термины можно вынести как отдельное приложение, где в перечне расположить их столбцом, в котором слева приводятся сокращения (символы, специальные термины), а справа – детальную расшифровку.

В качестве единиц измерения должны применяться единицы международной системы СИ. Следующие за числовым значением единицы печатаются без скобок; между последней цифрой и обозначением единицы следует оставлять интервал. Например: торговая площадь – 1000 м<sup>2</sup>.

### 3.8. Оформление списка использованных источников

Список использованных источников отражает перечень источников, которые использовались при написании курсовой работы. В список использованных источников рекомендуется включать не менее 40 наименований. Примеры оформления списка приведены в (Приложении Е).

При сокращении слов и словосочетаний в Списке использованных источников следует руководствоваться ГОСТ Р 7.0.12-2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

### 3.9. Оформление библиографических ссылок

При оформлении курсовой работы используются затекстовые библиографические ссылки.

При формулировке общей позиции автора, о которой упоминается в тексте курсовой работы, при ссылке на документ, электронный ресурс используются квадратные скобки с указанием соответствующего порядкового номера данного источника в Списке использованных источников, например [13].

При формулировке общей позиции нескольких авторов, ссылке на несколько документов или несколько электронных ресурсов используются квадратные скобки с указанием соответствующих порядковых номеров данных источников в Списке использованных источников. Порядковые номера в квадратных скобках перечисляются в таком случае через точку с запятой, например [13; 42].

Если ссылку приводят на конкретный фрагмент текста документа, в отсылке указывают порядковый номер и страницы, на которых помещен объект ссылки. Сведения разделяют запятой, например [13, с.46].

### 3.10. Оформление приложений

В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки. Сами приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста (выравнивание по центру) с прописной буквы отдельной строкой (Приложения А-М). Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

3.11. Нормативные ссылки для оформления курсовой работы приведены в (Приложении И).

#### **4. Порядок процедуры защиты и оценивания курсовой работы**

4.1. Готовая курсовая работа МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» сдается обучающимися за одну неделю до защиты обучающимися в цикловую методическую комиссию дисциплин туризма и гостиничного дела для рецензирования руководителем (Приложение Ж).

4.2. Курсовая работа предварительно оценивается руководителем: в случае положительной оценки - «допускается к защите», а в случае отрицательной оценки - «не допускается к защите».

4.3. Курсовая работа, не допущенного к защите обучающегося, возвращается для доработки и повторного представления. Курсовые работы, получившие положительную оценку, возвращаются обучающемуся для подготовке к защите.

4.4. Защита курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» обучающимся проводится с целью выяснения глубины знаний по избранной теме, умения излагать освоенный материал, формулировать обоснованные выводы грамотным профессиональным языком.

4.5. Защита курсовой работы является обязательной и проводится за счет объема времени, отведенного на изучение междисциплинарного курса.

4.6. Защиту курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» принимает ее руководитель.

4.7. Форма защиты курсовой работы осуществляется в учебной группе.

4.8. Защита курсовой работы МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» проходит, в присутствии группы обучающихся. Перед публичной защитой обучающийся знакомится с рецензией руководителя и готовит выступление на 5 - 7 минут, в котором подчеркивает актуальность избранной темы, степень ее разработанности, формулирует основные проблемы и излагает выводы, к которым он пришел в процессе исследования, дает пояснения по существу критических замечаний руководителя. После выступления руководитель курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» задает вопросы по существу исследованной темы.

4.9. В исключительных случаях допускается защита курсовой работы в индивидуальном порядке в форме обсуждения курсовой работы с руководителем.

4.10. В процессе защиты и при оценке курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» обращается особое внимание на:

- обоснование выбора темы работы и четкое формулирование ее цели и задач;
- степень соответствия объема и содержания темы курсовой работы ее целям и задачам;
- понимание современного состояния рассматриваемых в работе проблем, глубину их проработки;
- самостоятельность мышления и творческий подход к проблеме;

- логику и четкость изложения;
- обоснованность основных положений, выводов, предложений;
- знание нормативных правовых актов и специальной литературы по разрабатываемой теме;
- соответствие оформления работы установленным требованиям; - правильность ответов на вопросы в ходе защиты курсовой работы; - умение отстаивать свою точку зрения.

4.11. Результаты курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»:

- оценку «отлично» заслуживает работа, в которой дано всестороннее и глубокое освещение избранной темы в тесной взаимосвязи с практикой, а её автор показал умение работать с различными видами источников, систематизировать, классифицировать, обобщать материал, формулируя выводы, соответствующие поставленным целям;
- оценкой «хорошо» оценивается работа, отвечающая основным, предъявляемым к ней требованиям. Обучающийся обладает глубокими знаниями по предмету и владеет навыками исследования, но при этом имеются незначительные замечания по содержанию работы, по процедуре защиты (обучающийся не может дать аргументировано ответы на вопросы); - курсовая работа оценивается на «удовлетворительно», если в ней, в основном, соблюдены общие требования, но неполно раскрыты разделы плана, работа носит реферативный характер, отсутствуют аргументированные выводы. Автор курсовой работы посредственно владеет материалом, поверхностно отвечает на вопросы в процессе защиты курсовой работы;
- «неудовлетворительно» оценивается курсовая работа, если установлен акт несамостоятельного выполнения работы, имеются принципиальные замечания по многим параметрам, содержание не соответствует теме, допущены грубые теоретические ошибки.

4.12. Оценка уровня сформированности компетенций приводится в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации обучающихся, предусматривающей выполнение курсовой работы. Оценка по курсовой работе по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» заносится в зачетную ведомость по защите курсовых работ, зачетную книжку обучающегося и указывается на титульном листе работы.

4.13. При получении неудовлетворительной оценки, обучающийся обязан повторно выполнить курсовую работу по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» по новой теме, согласованной с председателем цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы, или переработать прежнюю по указанию рецензента.

4.14. Обучающийся, не защитивший в установленный срок курсовую работу по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», считается имеющим академическую задолженность.

4.15. Если обучающийся не смог представить курсовую работу по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» к защите в установленный срок по уважительной причине, то определяется новый срок защиты курсовой работы по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»

4.16. Срок хранения курсовых работ по МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» составляет 2 года.

4.17. Лучшие курсовые работы МДК.01.02 «Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» оставляются в качестве образцов или методических пособий для обучающихся.

**Автономная некоммерческая организация  
профессиональная образовательная организация  
«Московский колледж деловой карьеры»  
(АНО ПОО «МКДК»)**

**КУРСОВОЙ ПРОЕКТ (РАБОТА)**

**МДК.01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний,  
акций и мероприятий**  
(полное наименование МДК)

на тему \_\_\_\_\_  
(название темы курсовой работы)

**специальность 42.02.01 Реклама**

Выполнил  
Обучающийся \_\_\_ курса  
группы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Фамилия Имя Отчество)

Руководитель \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_  
(подпись) (Фамилия Имя Отчество)

Курсовая работа защищена с оценкой \_\_\_\_\_  
(оценка прописью)

## Примеры оформления заголовков

### *Вариант 1*

## **Глава 1. АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

### **1.1 Анализ научного аппарата бизнес-планирования**

В современном менеджменте планирование – это предвидение будущего предприятия и использование этого предвидения. Процесс планирования позволяет увидеть весь комплекс будущих операций предпринимательской деятельности и предотвратить негативные последствия для развития бизнеса. Поэтому особенно важно планирование в коммерческой деятельности, где требуются предвидение в долгосрочной перспективе [32, 31].

### *Вариант 2*

## **Глава 4. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ЗАГОЛОВКОВ**

### **4.1 Название параграфа**

Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

#### **4.1.1 Название подпункта**

Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

#### 4.1.2 Название подпункта

Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

#### **4.2 Название параграфа**

Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

## Пример оформления содержания

Образец

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
1.1.Учебно-исследовательская деятельность младших школьников: понятие, цель, специфика организации в практике начальной школы	6
1.2.Исследовательские умения как результат организации обучения младших школьников исследовательской деятельности	1 1
1.3.Исследовательские задачи как средство обучения учебно-исследовательской деятельности младших школьников	1 5
2.ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ	
2.1.Анализ существующих методических подходов к организации исследовательской деятельности младших школьников.	2 4
2.2.Примерный вариант тематического планирования с использованием учебно-исследовательских задач на уроках в начальной школе.	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	2 8
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	3
ПРИЛОЖЕНИЕ	0

## Пример оформления рисунков



Рисунок 1 – Классификация средств измерения

## Пример оформления таблиц

Таблица 4 – Финансовые показатели ООО «N» за 20\_ -20\_ гг.

Показатели	20_	20_	Абсолютные изменения	Относительные изменения
Выручка тыс. руб.	23 567	19 879	- 3 688	0,84
Себестоимость тыс. руб.	9 898	8 796	1 102	0,89
Процент производственных затрат от выручки, %	65	44	- 21	0,68
Прибыль от продаж тыс. руб.	13 759	11 083	2 676	0,81
Рентабельность продаж, %	58	56	- 2	0,96
Прочие расходы тыс. руб.	- 1 645	- 1 543	102	1,06
Прибыль от финансово-хозяйственной деятельности тыс. руб.	12 114	9 540	- 2 574	0,79
Рентабельность финансовохозяйственной деятельности, %	51	48	3	0,94
Внереализационные расходы тыс. руб.	-1 532	- 980	552	1,56
Прибыль до налогообложения тыс. руб.	10 582	8 560	2 022	0,81
Налог на прибыль тыс. руб.	2 116	1 712	- 404	0,81
Чистая прибыль тыс. руб.	8 466	6 848	- 1 618	0,81

Требования к использованию знаков препинания и оформлению выходных данных в «Списке использованных источников»

Вид источника	Пример оформления	Примечания
<b>ОПИСАНИЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ</b>		
<b>ОПУБЛИКОВАННЫЕ</b>	<p>Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года. – М.: Эксмо, 2013.– 63 с.</p> <p>Konstitutsiya Rossii: prinyata vsenarodnym golosovaniyem 12 dekabrya 1993 [The Russian Constitution: adopted by popular vote December 12, 1993.]. Moscow, Ek-mo, 2013. 63 p. (In Russian)</p> <p>Уголовный кодекс Российской Федерации. Официальный текст: текст Кодекса приводится по состоянию на 23 сентября 2013 г. – М.: Омега-Л, 2013. – 193 с.</p> <p>Ugolovnyy kodeks Rossiyskoy Federatsii. Ofitsial'nyy tekst: Kod tekst vosproizvoditsya po sostoyaniyu na 23 sentyabrya 2013 [The Criminal Code of the Russian Federation. Official text: Code text is reproduced as at 23 September 2013]. Moscow, Omega-L, 2013. 193 p. (In Russian)</p> <p>О проведении в Российской Федерации года молодежи: указ Президента Российской Федерации от 18.09.2008 г. № 1383 // Вестник образования России. – 2008.– № 20 (окт.). – С. 13-14.</p> <p><i>On holding in the Russian Federation, the young people: Presidential Decree of 18.09.2008 № 1383. Vestnik obrazovaniya rossii [Russian Journal of Education]. 2008. no.20. pp. 13-14.</i></p>	

<b>НЕОПУБЛИКОВАННЫЕ (ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ)</b>	<p>Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <a href="http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875#0">http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875#0</a></p> <p>Konstitutsiya Rossii: prinyata vsenarodnym golosovaniyem 12 dekabrya 1993 [The Russian Constitution: adopted by popular vote December 12, 1993.]. Available at: <a href="http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875#0">http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875#0</a></p>	Аналогично оформляются электронные издания (книги, монографии, учебные пособия, статьи и т.д.)
	<p>Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 19.12.2016) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/</a></p> <p>Ugolovnyy kodeks Rossiyskoy Federatsii. Ofitsial'nyy tekst: Kod tekst vosproizvoditsya po sostoyaniyu na 23 sentyabrya 2013 [The Criminal Code of the Russian Federation. Official text: Code text is reproduced as at 23 September 2013]. Available at: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/</a></p>	
<b>НОРМАТИВНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ</b>		
<b>ОПУБЛИКОВАННЫЕ</b>	<p>ГОСТ 7.9 – 77. Реферат и аннотация. – Москва: Изд-во стандартов, 1981. – 6 с.</p> <p>State Standard 7.9 – 77. System of standards on information, librarianship and publishing. Informative abstract and indicative abstract. General requirements. Moscow, Standartinform Publ., 2007. 10 p. (In Russian)</p> <p>ГОСТ 7.53 – 2001. Издания. Международная стандартная нумерация книг. – Минск: Межгос. Совет по стандартизации, метрологии и сертификации; Москва: Изд-во стандартов, 2002. – 3 с.</p> <p>State Standard 7.53 – 2001. Method of measurement. Measurement of flow rate and volume of liquids and gases by means of orifice devices. Moscow, Standartinform Publ., 2007. 10 p.</p>	

	(In Russian)	
<b>НЕОПУБЛИКОВАННЫЕ (ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ)</b>	ГОСТ 23118–2012. Конструкции стальные строительные. Общие технические требования [Электронный ресурс] // Система Кодексклиент. – Режим доступа: <a href="http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/">http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/</a>  State Standard 23118–2012. Building steel structures. General specifications. Available at: <a href="http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/">http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/</a> (accessed 5February 2011).	
<b>ОПИСАНИЕ КНИГ, УЧЕБНИКОВ, УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ, МОНОГРАФИЙ</b>		
<b>Книги одного автора</b>	Чалдаева Л.А. Экономика предприятия: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013. – 411 с.  Nenashev M.F. <i>Poslednepravitel'stvo SSSR</i> [Last government of the USSR]. Moscow, Krom Publ., 1993. 221 p.	
<b>Книги двух авторов</b>	Нехаев Г.А., Захарова И.А. Металлические конструкции в примерах и задачах: учеб. пособие. – М.: Изд-во Ассоциации строительных вузов, 2010. – 144 с.  Latyshev V.N., <i>Tribologiyarezaniya. Kn. 1: Friksionnyeprotsessyprirezaniemetallov</i> [Tribology of Cutting, Vol. 1: Frictional Processes in Metal Cutting]. Ivanovo, IvanovskiiGos. Univ., 2009.	
<b>Книги трех авторов</b>	Акимов А.П., Медведев В.И., Чегулов В.В. Работа колес: монография. – Чебоксары: ЧПИ (ф) МГОУ, 2011.–168 с.  Zagurenko A.G., Korotovskikh V.A., Kolesnikov A.A., Timonov A.V., Kardymon D.V. <i>Poslednepravitel'stvo SSSR</i> [Last government of the USSR]. Moscow, Krom Publ., 1993. 221 p.	
<b>Книги четырех и более авторов</b>	Информационно-измерительная техника и электроника: учебник / Г. Г. Раннев [и др.]; под ред. Г. Г. Раннева. – М.: Академия, 2009.– 512 с.  Rannev G.G. (ed.) <i>Informatsionno-izmeritel'naya tekhnika i elektronika: uchebnik</i> [Information and measuring appliances and electronics: the textbook] / G.G. Rannev [et al.]. Moscow, Akademia, 2009. 512 p.	Указываются под заглавием (названием) книги.  После названия книги, за косой чертой пишется фамилия одного автора и вместо следующих фамилий слово – [и др.].

<p><b>Книги с коллективом авторов или без указания автора</b></p>	<p>Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / под ред. В. Я. Позднякова. – М.: Инфра-М, 2010. – 617 с.</p> <p>Gokhberg L. (ed.) (2002) Dialogo S&amp;Tmezhdu Yevropeyskim Soyuzomi Rossiyskoy Federatsii [Dialogue on S&amp;T between the European Union and the Russian Federation]. Moscow-Vienna, CSRS-BIT. 617 p.</p>	<p>Указываются под заглавием (названием) книги. За косой чертой пишется фамилия редактора, составителя или другого ответственного лица.</p>
<b>ОПИСАНИЕ СТАТЬИ ИЗ ЖУРНАЛА</b>		
<p><b>Статья одного автора</b></p>	<p>Леденева Г.Л. К вопросу об эволюции в архитектурном творчестве // Промышленное и гражданское строительство. – 2009. – №3. – С.31-33.</p> <p>Zagurenko A.G. Technoeconomic optimization of</p>	<p>При описании статей из журналов указываются автор статьи, ее название,</p>
	<p>the design of hydraulic fracturing. <i>Neftyanoekhozyaistvo</i> [Oil Industry], 2008, no.11, pp. 54-57. (in Russian)</p>	<p>затем, за двумя в косыми чертама указывают название</p>
<p><b>Статья двух, трех авторов</b></p>	<p>Шитов В. Н., Цымбалист О. Ф. Комплексный подход к анализу конкурентоспособности предприятия // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – №13. – С.59-63.</p> <p>Sergeev A., Tereshchenko T. Considering the economical nature of investment agreement when deciding practical issues (on example of the lease agreement) <i>Pravo</i> [Law], V. 1, I. 4, pp. 219-223. (in Russian)</p>	<p>на котором опубликована, год, номер страницы, которых помещена статья.</p>
<p><b>Статья четырех и более авторов:</b></p>	<p>Опыт применения специальных технологий производства работ по устройству ограждающих конструкций котлованов / С. С. Зуев [и др.] // Промышленное и гражданское строительство.– 2009.– № 3.– С. 49-50.</p> <p>Zagurenko A.G., Korotovskikh V.A., Kolesnikov A.A., Timonov A.V., Kardymon D.V. Technoeconomic optimization of the design of hydraulic fracturing. <i>Neftyanoekhozyaistvo</i> [Oil Industry], 2008, no.11, pp. 54-57. (in Russian)</p>	

<b>СТАТЬЯ ИЗ ЭЛЕКТРОННОГО ЖУРНАЛА</b>	<p>Краснов И. С. Методологические аспекты здорового образа жизни россиян [Электронный ресурс] // Физическая культура: науч.-метод. журн. – 2013.– №2. – Режим доступа: <a href="http://bmsi.ru/doc/1225d359-5faf-4ea4-8b5e34eda2c77caf">http://bmsi.ru/doc/1225d359-5faf-4ea4-8b5e34eda2c77caf</a></p> <p>Swaminathan V., Lepkoswka-White E., Rao B.P. Browsers or buyers in cyberspace? An investigation of electronic factors influencing electronic exchange. <i>Zhurnal komp'yuterno-oposredovannoy kommunikatsii</i> [Journal of Computer-Mediated Communication], 1999, vol. 5, no. 2. Available at: <a href="http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue2/">http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue2/</a> (Accessed 28 April 2011).</p>	
<b>ОПИСАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ</b>		
<b>На локальных носителях</b>	<p>Даль В. И. Толковый словарь живого великого языка Владимира Даля [Электронный ресурс] / В. И. Даль; подгот. по 2-му печ. изд. 1880–1882 гг. – Электрон. дан. – М.: АСТ, 1998. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).</p> <p>Dal V.I. Explanatory Dictionary of the language of the great Vladimir Dal [Computer file] / V.I. Dal. - Computer data. Moscow. AST. 1999. - 1 CD-ROM.</p>	
<b>Сайты</b>	<p>Фундаментальная электронная библиотека</p>	
	<p>[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://resource.ru">http://resource.ru</a></p> <p><b>The Fundamental Digital Library.</b> Available at: <a href="http://resource.ru">http://resource.ru</a></p> <p>Научная электронная библиотека РусАрх [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://rusarch.ru">http://rusarch.ru</a></p> <p>Electronic Research Library on the history of ancient architecture. Available at: <a href="http://rusarch.ru">http://rusarch.ru</a></p> <p>Русско-Британский Институт Управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://www.rbiu.ru">http://www.rbiu.ru</a></p> <p>Russian-British Institute of Management. Available at: <a href="http://www.rbiu.ru">http://www.rbiu.ru</a></p>	

## Оформление списка использованных источников

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Карпова С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2023. — 425 с.
2. Носова С.С., Путилов А.В., Норкина А.Н., Цифровая экономика — Москва: КноРус, 2024. — 303 с.
3. Поляков В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Юрайт, 2023. — 514 с.
4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 383 с.
5. Рыжиков С.Н., Маркетинг в рекламе + eПриложение : учебник / С.Н. Рыжиков – Москва : КноРус, 2025 – 228 с.

## Основные электронные издания

6. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>
7. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513928>
8. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938> (дата обращения: 13.04.2024).
9. Рыжиков С.Н., Маркетинг в рекламе + eПриложение : учебник / С.Н. Рыжиков – Москва : КноРус, 2025 – 228 с. — Москва : КноРус, 2025. — 228 с. — ISBN 978-5-406-11899-3. — URL: <https://book.ru/book/930534> (дата обращения: 10.03.2025). — Текст : электронный.
10. Попкова Е.Г., Созинова А.А., Маркеева Г.А. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности : учебник / Е.Г Попкова., А.А Созинова., Г.А.,

Маркеева. – Москва : КноРус, 2025 – 176 с. – ISBN 978-5-406-11899-3. – URL: <https://book.ru/book/287386> (дата обращения: 14.02.2025). — Текст : электронный.

### 3.2.3. Дополнительные источники

11. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

12. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и К°, 2019 г.

13. Никитаева А.Ю., Маслюкова Е.В., Ковалев Д.В., Цифровая экономика - Ростов - на - Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2022. — 190 с.

14. Носова С.С., Путилов А.В., Норкина А.Н., Основы цифровой экономики — Москва: КноРус, 2023. —390 стр.

15. Тесленко И.Б., Крылов В.Е., Дигилина О.Б., Губернаторов А.М., Цифровая экономика — Москва: КноРус, 2023. — 212 с.

### Нормативные документы

16. Конституция Российской Федерации;

17. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

18. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)

19. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-1 "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

### 3.2.4. Электронный ресурс

20. Ассоциация коммуникационных агентств России: <https://www.akarussia.ru/>

21. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <https://propel.ru/obe/mraro>

22. Сайт о рекламном рынке <https://adindex.ru/>

23. Сайт Федеральной антимонопольной службы <https://fas.gov.ru>

24. Сайт "Advertology.ru": <http://www.advertology.ru>

25. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.apartment.ru/Article/487115420.html>

26. "Библиотека рекламы и маркетинга" [сайт]. — URL: [www.marketreklama.ru](http://www.marketreklama.ru) (дата обращения: 07.02.2025). — Режим доступа: свободный.

Сокращения в Списке использованных источников приводятся в соответствии с ГОСТ Р 7.0.12-2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

**Требования к содержанию и оформлению рецензии на курсовую работу**

Автономная некоммерческая организация  
профессиональная образовательная организация  
«Московский колледж деловой карьеры»  
(АНО ПОО «МКДК»)

**РЕЦЕНЗИЯ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ**

Фамилия, имя, отчество студента \_\_\_\_\_

Специальность: 42.02.01 Реклама

Учебная дисциплина \_\_\_\_\_

Тема \_\_\_\_\_

Руководитель \_\_\_\_\_

Дата возвращения работы после проверки \_\_\_\_\_

**РЕЦЕНЗИЯ**

Актуальность: курсовая работа посвящена .....

В первой главе ....

Вторая глава ....

Выводы, сделанные в заключении, соответствуют целям, поставленным во введении.

Проанализирован объем литературы..., оформление литературы...

К недостаткам работы следует отнести.....

Таким образом, работа выполнена на ... уровне, соответствует требованиям, предъявляемым к курсовым работам, и заслуживает ... оценки.

Отметка о допуске к защите \_\_\_\_\_

Предварительная оценка \_\_\_\_\_

Дата защиты \_\_\_\_\_

Оценка \_\_\_\_\_

Подпись руководителя \_\_\_\_\_

## Нормативные ссылки для оформления курсовой работы

1. ГОСТ 7.32-2001 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе;
2. ГОСТ 2.105-95 Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам (введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 8 августа 1995 г. N426);
3. ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание;
4. ГОСТ 7.82-2001 Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов;
5. ГОСТ Р 7.0.12-2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

## Примерный перечень тем курсовых работ

1. Особенности современного рекламного рынка в России.
2. Анализ и оценка рекламных идей, используемых при продвижении бренда «Первый Вкус».
3. Разработка креативной концепции наружной рекламы продуктов питания на примере компании «ДИКСИ».
4. Новые идеи для креативной концепции шокирующей социальной рекламы о вреде курения/алкоголя/наркотиков.
5. Рекламные идеи и концепции в политике для продвижения политической партии на выборах.
6. Использование креативных концепций при продвижении в Интернете, специфика подачи информации в различных социальных сетях.
7. Рекламные идеи и концепции продвижения розничных сетей на примере выбранной компании.
8. Креативные концепции вирусной рекламы.
9. Разработка названий товаров и торговых марок.
10. Оптимизация цветовых решений в наружной рекламе.
11. Реклама и массовая культура.
12. Имиджевая реклама и пути ее совершенствования.
13. Фирменный стиль предприятия и его роль в позиционировании предприятия на рынке.
14. Телереклама как средство психологического воздействия на потребителя.
15. Нейролингвистическое программирование в рекламе.
16. Разработка и проведение мероприятий по стимулированию сбыта на производственном предприятии.
17. Имидж: психологические механизмы формирования.
18. Реклама как семиотическая система.
19. Метафора, метонимия и аналогия в рекламном обращении.
20. Косвенная реклама на ТВ.
21. Креативные и прагматические составляющие в рекламном творчестве.
22. Фонетика и ритмика в разработке слоганов.
23. Слоганы: типология и особенности разработки.
24. Заголовки в печатной рекламе.
25. Наружная реклама: творческие возможности и ограничения в разработке обращения.
26. Реклама и искусство.
27. Разработка целей рекламной кампании для нового продукта: ключевые этапы планирования (по выбору ООО ...)
28. Оценка выполнения задач рекламной кампании: метрика и способы анализа.
29. Как цели рекламных акций влияют на долгосрочные отношения с клиентами потребителями.

30. Разработка целей рекламной кампании для нового продукта: ключевые этапы планирования (по выбору ООО ...)
31. Цели рекламных кампаний: как правильно формулировать и достигать их.

Автономная некоммерческая организация  
профессиональная образовательная организация  
«Московский колледж деловой карьеры»  
(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ  
Зам. директора АНО ПОО «МКДК»

Д.М. Бетина

«    »    2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

**ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ,  
ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА  
ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ**

**МДК.04.01 РАЗМЕЩЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ РЕКЛАМНЫХ РЕШЕНИЙ**

Специальность: 42.02.01 Реклама

Москва, 2023

Методические рекомендации разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. N 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22 августа 2023 г. № 74908)

Организация разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

## 1.1 СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2. Требования к подготовке курсовой работы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3. Требования к оформлению курсовой работы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
4. Порядок процедуры защиты и оценивания курсовой работы	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Приложения .....	21

## ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Выполнение курсовой работы (проекта) проходит на заключительном этапе изучения учебной дисциплины (УД), междисциплинарного курса (МДК), профессионального модуля (ПМ), в ходе которой проверяются полученные знания и умения при решении комплексных задач, связанных со сферой профессиональной деятельности будущих специалистов.

Курсовая работа (проект) – это содержательное, самостоятельное, выполненное под руководством преподавателя колледжа поисковое исследование. Оно имеет теоретическую составляющую анализа актуальных вопросов теории, а также содержит анализ практического опыта, изучаемого студентом в рамках цикла предметных дисциплин, профессиональных модулей и итогов производственной практики и реализуется в пределах времени, отведенного на ее (их) изучение.

Выполнение курсовой работы проводится **с целью:**

- 1) систематизации и закрепления, полученных теоретических и практических умений;
- 2) углубление теоретических знаний в соответствии с заданной темой;
- 3) формирования умений применять теоретические знания при решении поставленных вопросов;
- 4) формирования умений использовать справочную, нормативную и правовую документацию;
- 5) развития творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- 6) наработки умений самостоятельно подбирать, систематизировать и анализировать конкретный материал;
- 7) формирования на основе анализа соответствующие выводы и предложения по теме исследования;
- 8) развития умений четко и просто письменно излагать свои мысли, правильно оформлять работу;
- 9) подготовки к государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации), к написанию дипломного проекта (работы).

**Задачи**, которые ставятся непосредственно перед студентами по выполнению курсовой работы:

- изучение литературы, справочных и научных источников, включая зарубежные, по теме исследования;
- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме, выдвигающихся отечественными и зарубежными специалистами; уточнение основных понятий по изучаемой проблеме;
- определение объекта и предмета исследования по курсовой работе;
- разработка предложений и рекомендаций, направленных на совершенствование изучаемых проблем курсовой работы;
- закрепление у обучающихся предусмотренных рабочими программами дисциплин компетенций;
- формирование у обучающихся умения применять нормативные правовые акты, анализировать, обобщать полученную информацию, соблюдать требования техники безопасности, организовать рабочее место.

Курсовая работа выполняется под научным руководством преподавателя, закрепленного руководством Колледжа за студентом.

Обучающемуся предоставляется право выбора темы проекта (работы) в пределах изучаемой дисциплины. Выбор темы курсовой работы осуществляется исходя из тематики, предложенной студенту. Студент совместно с руководителем составляет план исследования; определяет структуру работы, уточняет сроки выполнения работы по этапам; определяет необходимую литературу и другие материалы.

В «Методических рекомендациях» кратко изложен материал по теме курсового проектирования (работы), последовательность выполнения, требования к содержанию и объему проекта.

Примечание: ведущий преподаватель имеет право вносить изменения в задания на курсовое проектирование (работу), если они вызваны необходимостью иной постановки задач, индивидуальными художественно-творческими качествами обучающихся, ситуативными требованиями учебного процесса.

По окончании работы над курсовой работой студент сдает ее на проверку преподавателю, в заранее установленные сроки. После чего руководитель работы пишет отзыв. В отзыве должны быть отражены: степень раскрытия темы, логика и уровень изложения материала, а также замечания и предварительная оценка работы. После соответствующей доработки и исправлений студент выходит на защиту курсовой работы.

Опыт и знания, полученные обучающимися на этом этапе обучения, во многом могут быть использованы для подготовки дипломного проекта (работы) и последующей профессиональной деятельности.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)**

### **2. РАЗРАБОТКА ТЕМАТИКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)**

Тематика курсовых работ разрабатывается руководителями курсовых работ из числа преподавателей Колледжа, рассматривается и принимается к использованию решением заседания предметно (цикловой) комиссией.

Тема курсовой работы, выбранная обучающимся, должна соответствовать рекомендованной тематике курсовых работ. В исключительных случаях тема работы может быть предложена студентом при условии обоснования ее актуальности.

Порядок подготовки курсового проекта (работы) содержит следующие этапы:

1. Выбор темы и предприятия, на примере которого будет выполняться работа. Тематика курсовых работ пересматривается ежегодно и утверждается на заседании предметно (цикловой) комиссией (далее -ПЦК), размещается на сайте Колледжа.
2. Получение задания на выполнение курсовой работы, подписание его у руководителя.
3. Составление плана написания курсовой работы, где студент указывает содержание основных разделов. План курсовой работы согласовывается с руководителем.
4. Подбор научной, учебной и учебно-методической литературы и нормативной документации, законодательных актов.
5. Подбор конкретного фактического материала, его обобщение и систематизация.
6. Анализ конкретного фактического материала. Выводы и предложения по проблемам, рассматриваемым в работе.
7. Доработка отдельных разделов, рекомендаций при наличии замечаний научного руководителя.
8. Оформление работы.
9. Сдача работы руководителю.
10. Получение отзыва от руководителя.

## 11. Защита курсовой работы (проекта).

В процессе выполнения работы студенту рекомендуется придерживаться следующих требований:

- целевая направленность сбора и обработки материала;
- четкость построения таблиц, схем, графиков, диаграмм;
- логическая последовательность изложения материала;
- необходимая глубина исследования;
- полнота освещения рассматриваемых вопросов работы;
- убедительность аргументации в обосновании важности исследуемого вопроса;
- краткость и точность формулировок и изложения результатов работы;
- доказательность выводов;
- обоснованность рекомендаций;
- грамотное изложение текста работы, ее аккуратное оформление.

### 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)

Курсовая работа (проект) по специальности 42.02.01 Реклама имеет практический характер. По объему курсовая работа (проект) должна быть не менее 25-35 страниц печатного текста.

Курсовая работа (проект) практического характера состоит из:

- введения, в котором раскрывается актуальность и значение темы, формулируются цели и задачи работы;
- основной части, которая состоит из трех глав:
  - а) в первой содержится теоретические основы разрабатываемой темы;
  - б) во второй отражается информация практического характера с представлением расчетов в виде таблиц, графиков, рисунков (схем);
  - в) в третьей рекомендации по совершенствованию действующей практики;
- заключения, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно возможностей практического применения материалов работы;
- списка использованных источников; - приложения.

Курсовая работа (проект) должна быть оформлена в папку.

*Последовательность переплетения курсовой работы:*

1. Титульный лист
2. Задание на выполнение курсовой работы
3. Содержание
4. Введение
5. 1, 2, 3 глава
6. Заключение
7. Список использованных источников
8. Приложения (при их наличии)

**Титульный лист** является первой страницей курсовой работы (номер страницы не проставляется) и заполняется по строго определенным правилам оформления, принятым в ВУЗе. Образец оформления титульного листа приводится в Приложении А.

Текст титульного листа печатается на стандартных листах формата А4 шрифтом Times New Roman с оставлением полей: слева - 30 мм, сверху - 20 мм, справа - 10 мм, снизу - 20 мм.

Перенос текста в названии темы курсовой работы не допускается. Точка в названии специальности или темы курсовой работы не ставится.

После слова «Тема» двоеточие не ставится. Название темы не берется в кавычки, далее в скобках пишется объект исследования (на примере ООО Фортуна).

Задание на курсовую работу (проект) является вторым листом. Номер страницы не проставляется. В задании на курсовую работу отражаются исходные данные к работе, основные источники, необходимые для написания работы, перечень подлежащих разработке вопросов указывается дата выдачи задания, перечень предложений и срок сдачи студентом законченной работы. Оформляется на бланке установленной формы (Приложение Б).

В **содержании** последовательно перечисляются заголовки разделов (Приложение Е). Содержание является третьим листом курсовой работы. Номер страницы не проставляется. Тексту курсовой работы предшествует оглавление (содержание) работы, которое включает перечисление частей работы, начиная с введения и заканчивая приложениями, с указанием страниц. Заголовки оглавления должны точно повторять заголовки в тексте. Оглавление должно помещаться на одной странице.

Названия отдельных глав должны согласовываться с темой КР, а названия параграфов должны согласовываться с названиями соответствующих глав (но не совпадать с ними!); а также должны быть краткими, состоять из ключевых слов, несущих основную смысловую нагрузку.

Слово **СОДЕРЖАНИЕ** печатается заглавными буквами в верхней части листа посередине, шрифт Times New Roman, размер 14 кг, полужирный.

После слова СОДЕРЖАНИЕ оставляется отступ 12 пт. (В файле «Формат» находите «Абзац→Интервал→После», ставите в окошке 12 пт).

Текст в содержании печатается строчными буквами, шрифт Times New Roman, размер 14 кг, обычный, междустрочный интервал 1,5. Название глав и параграфов выравнивается по ширине строки.

В настоящее время в научных текстах принята чисто цифровая (индексационная) система нумерации. Нумерация параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа в ней (Приложение Е).

#### **Требования к заголовкам**

- набираются полужирным шрифтом (шрифт 14 пт.)
- выравнивание по центру
- точка в конце заголовка не ставится
- заголовок, состоящий из двух и более строк, печатается через один междустрочный интервал.
- заголовок не имеет переносов, то есть на конце строки слово должно быть обязательно полным

Текст работы печатается на стандартных листах формата А4 с одной стороны на компьютере шрифтом Times New Roman размером 14 кеглей, через 1,5 интервала, по 28-29 строк на странице, включая сноски, с оставлением полей: слева - 30 мм, сверху - 20 мм, справа - 10 мм, снизу - 20 мм.

В работе используется сквозная нумерация страниц, включая список литературы и использованных источников и приложения.

Нумерация начинается с «Введения», то есть с цифры 3. Номер проставляется арабскими цифрами в правом нижнем углу страницы, далее последовательная нумерация всех листов, включая главы, заключение, список использованных источников и приложения (если они имеются в работе), нумерация страниц, на которых даются приложения, является сквозной и продолжает общую нумерацию страниц основного текста.

В тексте воспроизводится наименование глав и параграфов с указанием их номера.

**Введение** является вступительной частью работы, в которой рассматриваются основные тенденции изучения и развития проблемы, ее существующее состояние. Объем введения в

курсовой работе должен составлять не более 2-3 х страниц. Обязательная структура введения включает следующие составляющие:

- актуальность темы;
- цель исследования;
- задачи исследования;
- объект исследования;
- предмет исследования;
- теоретическая и эмпирическая база исследования;
- методы исследования;
- структура исследования.

Обоснование актуальности темы исследования - одно из основных требований, предъявляемых к курсовой работе. Для студента выбор темы исследования начинается, прежде всего, с учетом его интересов в дальнейшей профессиональной деятельности. Студент должен кратко обосновать причины выбора именно этой темы, охарактеризовать особенности современного состояния выбранного направления исследования, которые актуализируют выбор темы. Актуальность исследования выражается, с одной стороны, в своевременности и значимости разрешения проблемной ситуации, в необходимости получения нового полезного результата для объекта исследования, с другой стороны, в недостаточной изученности отдельных аспектов проблемы (предполагается, что именно эти аспекты проблемы будут решены студентом в курсовой работе).

Цель исследования ориентирует на его конечный результат – теоретико-познавательный и практически-прикладной. Задачи исследования формируют вопросы, на которые должен быть получен ответ для реализации цели исследования, то есть цель исследования логически диктует структуру его задач – теоретических и практических. Цель исследования - конечный итог работы, мысленное предвосхищение (прогнозирование) результата, определение оптимальных путей решения задач в условиях выбора методов и приемов исследования в процессе подготовки курсовой работы студентом. Исходя из развития цели работы, определяются задачи. Задачи ставятся в форме перечисления:

Они могут быть разнообразны, например:

- обосновать концептуальную идею стилистических решений для создания дизайн-проекта фирменного стиля магазина детских товаров;
- обосновать принятые художественно-графические решения разрабатываемого стилистического решения для создания дизайн-проекта фирменного стиля магазина детских товаров;
- обосновать принятые стилистические, композиционные и колористические и стилистические решения для создания дизайн-проекта фирменного стиля магазина детских товаров и т. д.

Формулируя задачи, студент тем самым, обозначает путь и логику разработки своего дизайн-проекта. Для четкой структуры работы необходимо решать задачи последовательно, раскрывая каждую, в отдельном параграфе работы.

Таким образом, задачи формируют главы.

Объект исследования формулируется после задач исследования. Объект изучения - это явление, на которое направлена исследовательская деятельность субъекта и на что направлен процесс познания. Объектом исследования является тот факт, событие или явление, которое будет рассматриваться в курсовом проекте.

Предмет исследования (как, через что будет идти поиск?). Здесь необходимо дать определение планируемому к исследованию конкретным свойствам объекта или способам изучения экономического явления. Предмет исследования направлен на практическую деятельность и отражается через результаты этих действий. Предметом является то, что необходимо сделать, чтобы рассмотреть объект.

Теоретическая база исследования должна быть представлена требованиями нормативных документов, регулирующими данную область хозяйственной деятельности, устанавливающими правила отражения в учёте фактов хозяйственной жизни, классическими и современными научными разработками, и концепциями отечественных и зарубежных специалистов, исследовавших данную проблематику.

В этой части работы необходимо указать всех наиболее значимых авторов, проводившие научные или научно-практические исследования по выбранной теме, показать недостаточность разработанности выбранной темы исследования в научных исследованиях на современном этапе развития общества, необходимость изучения проблемы в новых современных социальноэкономических, политических, и иных условиях и т.д.

Эмпирическая база исследования служит основой для обеспечения доказательности теоретических положений, достоверности выводов и рекомендаций и представлена, как правило, статистическими данными и аналитическими материалами (например, Федеральной службы государственной статистики, Центрального банка России, Министерства финансов РФ); информационными ресурсами INTERNET; материалами, размещенными в справочных правовых системах «КонсультантПлюс» и «Гарант»; данными по теме исследования, собранными лично автором: авторскими расчетами и т.д.

Метод исследования — это способ получения достоверных научных знаний, умений, практических навыков и данных в различных сферах жизнедеятельности. Например, при курсовом исследовании, возможно, использовать подходящие методы из приведенных ниже:

- Пизучение и анализ научной литературы;
- Пизучение и обобщение отечественной и зарубежной практики;
- Пмоделирование, сравнение, анализ, синтез, интервьюирование;
- Паналитическая группировка данных, графическое изображение;
- Пгоризонтальный и вертикальный анализ финансовой отчётности,
- Пметоды абсолютных, относительный и средних величин;
- Пметоды корреляционно-регрессионного, факторного анализа и др.

Структура исследования представляется следующим образом: «Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения, содержит ... приложений и список использованных источников.»

Во введении обоснована актуальность темы, сформулированы цели, задачи исследования.

В первой главе рассмотрены ...

Во второй главе определены ...

В третьей главе разработаны...

В заключении подведен итог результатов исследования, сделаны выводы и разработаны рекомендации, направленные на...».

Основная часть работы включает три главы, разделенные на пункты и подпункты, в которых последовательно и логично раскрывается содержание исследования. Количество параграфов и пунктов в главах не регламентируется и зависит от специфики исследуемой проблемы и круга изучаемых вопросов. Однако, как правило, основная часть курсовой работы (проекта) состоит из трех глав, каждая из которых включает 2-3 пункта.

Основная часть предусматривает:

- выбор направления исследования, включающий обоснование принятого направления исследования, методы решения задач и их сравнительную оценку, описание выбранной или разработку общей методики проведения исследования;
- теоретическое (библиотечное) исследование, включающее определение характера и содержания теоретических исследований, методы и инструменты исследования, методы расчета;
- экспериментальное (практическое) исследование объекта по выбранной теме, включающее расчеты, измерение, анализ, обобщение и оценку результатов исследования, в том

числе оценку достоверности результатов, выводы и предложения по направлению дальнейших работ;

– обобщение и оценку результатов исследования, пути основных направлений совершенствования конкретных сторон исследуемого объекта, включающие разработку конкретных рекомендаций с оценкой достоверности полученных результатов и обоснованием их эффективности и практического использования.

**Первая глава** имеет теоретический характер. В этой главе:

□ описывается сущность, принципы, функции, критерии классификации и характеристика предмета и объекта исследования, содержание процесса их развития и современное состояние;

□ оценивается место, занимаемое объектом исследования в рамках исследуемой предметной области;

□ освещаются изменения изучаемого явления за последние годы с целью выявления основных тенденций и особенностей его развития;

□ описывается (уточняется) система факторов, оказывающих влияние на изучаемый предмет, процесс или явление, и исследуется механизм этого влияния;

□ приводится законодательная и нормативная база рассматриваемой темы;

□ оценивается степень изученности исследуемой проблемы, называются теоретически и практически нерешенные и дискуссионные проблемы, по-разному освещенные в научной литературе, с указанием личного мнения автора работы;

□ проводится уточнение понятийного аппарата.

В ней рассматриваются теоретические основы проблемы, раскрывается сущность экономических процессов и ключевых категорий, анализируется научный вклад ученых, которые занимались разработкой данной проблемы, проводится сопоставление различных точек зрения, позиций, подходов к проблеме и обосновывается собственная аргументированная позиция автора; определяются основные признаки и функции объекта исследования, проводится его классификация; характеризуется механизм взаимодействия и организация деятельности участников.

Необходимо показать высокий уровень знания теории по изучаемой теме на основе проработки различных источников. При этом следует выявить особенности взглядов, подходов и мнений различных авторов, систематизировать, выполнить анализ и сформулировать свою точку зрения с обоснованием предпочтительности своего подхода по вопросам рассматриваемой темы.

В этой главе студент должен продемонстрировать знание экономической теории, других фундаментальных дисциплин направления подготовки.

Аргументы, подтверждающие верность своего подхода, целесообразно подкрепить анализом статистических данных из ежегодников, журналов, газет и других источников, в том числе из источников внутренней среды организаций.

Для обеспечения соблюдения авторских прав в соответствии с Законом РФ от 09.07.1993 N 5351-1 (ред. от 20.07.2004) «Об авторском праве и смежных правах» обязательно наличие внутритекстовых ссылок на материалы и цитаты из использованных источников информации, даже если цитируемое представлено в работе не дословно, а в произвольной форме. Пример внутритекстовой ссылки: [4, с. 16] – номер книги в списке использованных источников четвертый, страница в книге шестнадцатая.

В конце каждого параграфа первой главы делается логический переход к следующему разделу работы.

Основные положения, изложенные в первой главе курсовой работы, должны стать базой для изучения и анализа фактических данных и практической деятельности организации,

выбранной в качестве базы исследования. В этой главе могут найти место статистические данные, построенные в форме научных таблиц и графиков.

Объем первой главы – 10-15 страниц.

**Вторая глава** основной части курсовой работы носит аналитический и практический характер. В ней представлен глубокий и конкретный анализ деятельности объекта исследования по направлению выбранной темы с использованием определенных методов и инструментов его изучения, освоенных студентом во время обучения.

Вторая глава посвящена анализу практического материала, подобранного во время учебной и производственной практики. В ней содержится:

- анализ конкретного материала по избранной теме (на примере конкретной организации);
- сравнительный анализ с действующей практикой;
- описание выявленных закономерностей, проблем и тенденций развития объекта и предмета исследования;
- оценка эффективности принятых решений (на примере конкретной организации).

В начале второй главы основной части приводится краткая характеристика объекта исследования, после чего студент переходит к непосредственному анализу объекта в соответствии с темой исследования на основе расчетов, графиков, диаграмм, таблиц, экспертных оценок и т.п. Анализ осуществляется по данным за два (и более) последних года с целью выявления закономерностей, особенностей и динамики показателей предмета исследования. При анализе следует опираться на теоретические основы, изложенные в первой главе.

Результаты анализа должны быть наглядно представлены в иллюстративной форме в виде самостоятельно структурированных таблиц и рисунков в соответствующих местах текста или в приложениях. На все таблицы и рисунки должны быть ссылки в тексте.

Анализ должен быть полным, объективным в отражении сторон деятельности объекта в соответствии с выбранным предметом исследования (темой). При этом должны быть выявлены факторы, влияющие на результаты деятельности объекта исследования. Текст не может заканчиваться графическим материалом, обязательно должно быть после него дано пояснение.

Последующие пункты второй главы должны раскрыть практику функционирования исследуемого процесса на предприятии с приведением практических примеров и сравнение их методическими и нормативными правилами для выявления проблем и узких мест работы специализированных служб и подразделений предприятия. Приводимый материал обязательно иллюстрируется таблицами, рисунками, схемами, диаграммами, формулами.

Объем второй главы – 10-15 страниц.

**В третьей главе** на основе проведенного исследования во 2 главе формулируются предложения по устранению и выявлению проблем, а также рекомендаций по совершенствованию действующей практики по рассматриваемому процессу.

Автор курсовой работы формирует собственный подход по устранению выявленных недостатков, разрабатывает рекомендации, по повышению эффективности деятельности организации (учреждения). Предложения и рекомендации обосновываются с точки зрения экономических и социальных последствий (при необходимости), которые могут проявиться в результате их реализации. Авторский подход является предметом защиты основных положений курсовой работы.

Главу 3 допустимо не подразделять на параграфы. Объем третьей главы – 5-10 страниц.

**В заключении** приводятся основные выводы по всем трем главам (по 2-3 абзаца на каждый параграф), подтверждающие выполнение поставленных для исследования задач, сформулированных во введении, и отражающие полученные результаты, конкретные предложения, свидетельствующие об авторском вкладе в решение проблемы. При этом выводы

не могут подменяться механическим повторением выводов по отдельным главам. Заключение лежит в основе доклада студента на защите.

Объем заключения – 3-4 страницы.

**Список использованных источников** должен содержать перечень использованных при написании курсовой работы литературных источников с полным описанием выходных (издательских данных) по требованиям стандарта (ГОСТ 7.32-2017). В список включаются источники из библиотеки Колледжа и электронных библиотечных баз, отражаемых в личном кабинете студента, на которые есть ссылки по тексту работы, а также другие материалы, которые использовались в процессе рассмотрения вопросов, заявленных в содержании работы.

Список использованных источников должен включать **не менее 30 наименований**.

**В приложения** выносятся объемные таблицы, расчеты, систематизированные первичные материалы, иллюстрационный материал, составляющий более двух страниц, и другие источники информации.

#### **4. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)**

По результатам проверки курсовой работы (проекта) научный руководитель пишет отзыв, т.е. заключение о качестве всей работы. В отзыве отмечаются положительные стороны работы и ее недостатки (по содержанию, недостаточное использование практического материала, по оформлению и др.).

В случае, если курсовая работа (проект) не отвечает основным предъявляемым требованиям, она возвращается студенту на доработку или существенную переработку.

Причины этого могут быть следующие:

- содержание курсовой работы (проекта) не соответствует ее теме;
- использованы устаревшие по содержанию нормативные документы;
- полное отсутствие или недостаток использования практического материала;
- использованы в работе показатели финансово-хозяйственной деятельности не за последний и даже не предпоследний квартал или календарный год;
- отсутствие связи текстовой части работы с имеющимися в ней приложениями в виде первичных документов, учетных регистров, бухгалтерских отчетов, расчетов налогов и сборов и др.
- работа оформлена не в соответствии с методическими указаниями, т. е. не соблюдены структура, объем, формат;
- в работе не содержится творческая часть (3 глава) в виде рекомендаций и предложений по совершенствованию бухгалтерского учета, составлению отчетности, проведению аудита и анализа на исследуемом предприятии.

С учетом вышеназванных требований научный руководитель допускает или не допускает курсовую работу к защите. Во всех случаях работа возвращается студенту.

Получив положительный отзыв на курсовую работу (проект), студент готовится к ее защите.

*Защита* курсовой работы (проекта) предполагает выявить полноту, глубину знаний студента по указанной в ней теме, а также самостоятельность их изложения. Студент должен хорошо владеть содержанием работы; ориентироваться в данных аналитических таблиц, расчетов, документов, учетных регистров, бухгалтерских отчетов и других приложений, а также четко и быстро проводить связь их данных с текстовым материалом.

Сроки защиты (конкретные даты) курсовых работ (проектов) студентами устанавливаются в соответствии с учебными планами.

На защите курсовой работы (проекта) студент должен показать свободное владение теоретическими положениями и практикой по соответствующей теме, убедительно отвечать на

поставленные вопросы и, в случае необходимости, аргументировано оппонировать (оспаривать) чье-либо мнение, отличное от его взгляда.

На основании отзыва руководителя и результатов защиты курсовой работы определяется оценка по балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка проставляется в отзыве, титульном листе курсовой работы и в экзаменационной ведомости соответствующей группы студентов.

## **5. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)**

Методические указания составлены в соответствии с требованиями государственных стандартов:

ГОСТ 7.32-2017. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления"

ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

### **5.1 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ**

Курсовая работа выполняется печатным способом с использованием компьютера (текстовый редактор Microsoft Word) и принтера на белой бумаге стандартного формата А4 (размером 297x210 мм) на одной стороне листа.

Каждая страница текста, включая иллюстрации и приложения, нумеруется арабскими цифрами, кроме титульного листа и содержания, по порядку без пропусков и повторений. Номера страниц проставляются, начиная с введения (третья страница), в центре нижней части листа без точки. Все листы работы должны быть скреплены или сброшюрованы.

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 30 мм.

Рекомендуемым типом шрифта является Times New Roman, размер которого 14 pt. (пунктов) (на рисунках и в таблицах допускается применение более мелкого размера шрифта, но не менее 10 pt.).

Текст печатается через 1,5-ый интервал, красная строка – 1,25 см.

Цвет шрифта должен быть черным, необходимо соблюдать равномерную плотность, контрастность и четкость изображения по всей работе. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах и формулах, применяя курсив, полужирный шрифт не применяется.

Опечатки, описки и графические неточности, обнаруженные в процессе подготовки работы, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста (графики) машинописным способом или черными чернилами, пастой или тушью – рукописным способом. Повреждения листов работы, помарки и следы не полностью удаленного прежнего текста (графики) не допускаются.

### **5.2 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ НАИМЕНОВАНИЙ И НУМЕРАЦИИ СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ГЛАВ И ПАРАГРАФОВ**

Курсовая работа должна включать следующие структурные элементы: содержание, введение, основной текст, заключение, список использованных источников (являются обязательными элементами), приложения (является дополнительным элементом). Основной текст может быть разделен на главы и параграфы.

Каждый структурный элемент курсовой работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников, приложение) и главы необходимо начинать с новой страницы. Следующий параграф внутри одной главы начинается через 2 межстрочных интервала на том же листе, где закончился предыдущий.

Расстояние между заголовком структурного элемента и текстом, заголовками главы и параграфа, заголовком параграфа и текстом составляет 2 межстрочных интервала.

Наименования структурных элементов курсовой работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников», «Приложение») служат заголовками структурных элементов. Данные наименования пишутся по центру страницы без точки в конце прописными (заглавными) буквами, не подчеркивая.

Главы и параграфы должны иметь заголовки. Их следует нумеровать арабскими цифрами и записывать по центру страницы прописными (заглавными) буквами без точки в конце, не подчеркивая. Номер главы указывается цифрой (например, 1, 2, 3), номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой (например, 1.1, 2.1, 3.3). После номера главы и параграфа в тексте точку не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются. Не допускается писать заголовок параграфа на одном листе, а его текст – на другом.

### **5.3 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СОКРАЩЕНИЙ И АББРЕВИАТУР**

Сокращение русских слов и словосочетаний допускается при условии соблюдения требований ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

В тексте курсовой работы допускаются общепринятые сокращения и аббревиатуры, установленные правилами орфографии и соответствующими нормативными документами, например: год – г., годы – гг., и так далее – и т. д., метр – м, тысяч – тыс., миллион – млн., миллиард – млрд., триллион – трлн., страница – с., Российская Федерация – РФ, общество с ограниченной ответственностью – ООО.

При использовании авторской аббревиатуры необходимо при первом ее упоминании дать полную расшифровку, например: «...Международные стандарты бухгалтерской отчетности (далее – МСБО)».

Не допускается использование сокращений и аббревиатур в заголовках курсовой работы, глав и параграфов.

### **5.4 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПЕРЕЧИСЛЕНИЙ**

При необходимости в тексте работы могут быть приведены перечисления. *Перед каждым элементом перечисления следует ставить дефис (иные маркеры не допустимы).* Например: ...заключение содержит:

- краткие выводы;
- оценку решений;
- разработку рекомендаций.

При необходимости ссылки в тексте работы на один из элементов перечисления вместо дефиса ставятся строчные буквы в порядке русского алфавита, начиная с буквы а (за исключением букв ё, з, й, о, ч, ъ, ы, ь). Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа. Например:

- а) ...;

- б) ...;
- 1) ...;
- 2) ...;
- в) ...

## 5.5 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ РИСУНКОВ

В письменной работе для наглядности, уменьшения физического объема сплошного текста следует использовать иллюстрации – графики, схемы, диаграммы, чертежи, рисунки и фотографии. *Все иллюстрации именуется рисунками.* Их количество зависит от содержания работы и должно быть достаточно для того, чтобы придать ей ясность и конкретность.

Рисунки должны быть созданы с помощью инструментов *Microsoft Word*, *возможно использование цвета*. При цветном исполнении рисунков следует использовать принтер с возможностью цветной печати. При использовании в рисунках черно-белой печати следует применять черно-белую штриховку элементов рисунка.

На все рисунки должны быть даны ссылки в тексте работы, например: «... в соответствии с рисунком 2 ...» или «... тенденцию к снижению (рисунок 2)».

*Рисунки* следует располагать в работе *непосредственно после текста*, в котором они упоминаются впервые (при наличии достаточного пространства для помещения рисунка со всеми поясняющими данными), или на следующей странице. Если рисунок достаточно велик, его можно размещать на отдельном листе. Допускается поворот рисунка по часовой стрелке (если он выполнен на отдельном листе). Рисунки, размеры которых больше формата А4, учитывают как одну страницу и помещают в приложения. Образец оформления рисунка приведен в приложении Г.

*Рисунки, за исключением рисунков в приложениях, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией по всей работе.* Каждый рисунок (схема, график, диаграмма) обозначается словом «Рисунок», должен иметь заголовок и подписываться следующим образом – посередине строки без абзацного отступа, например:

### Рисунок 1 – Структура администрации района

Если на рисунке отражены показатели, то после заголовка рисунка через запятую указывается единица измерения, например:

Рисунок 1– Структура издержек, %

Рисунки каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения (например, рисунок А.3).

Если рисунок взят из первичного источника без авторской переработки, следует сделать ссылку, например:

### Рисунок 2 – Система работы с кадрами [8, с. 15]

Если рисунок является авторской разработкой, необходимо после заголовка рисунка поставить знак сноски и указать в форме подстрочной сноски внизу страницы, на основании каких источников он составлен, например: \_\_\_\_\_

<sup>1</sup> Составлено автором по: [15, 23, 42].

При необходимости между рисунком и его заголовком помещаются поясняющие данные (подрисуночный текст), например, последовательность совершения операций.

## 5.6 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦ

В письменной работе фактический материал в обобщенном и систематизированном виде может быть представлен в виде таблицы для наглядности и удобства сравнения показателей. Образец таблицы приведен в приложении Д.

*На все таблицы должны быть ссылки в работе.* При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера, например: «...в таблице 2 представлены ...» или «... характеризуется показателями (таблица 2)».

*Таблицу* следует располагать в работе *непосредственно после текста*, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице.

*Таблицы, за исключением таблиц в приложениях, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией по всей работе.* Каждая таблица должна иметь заголовок, который должен отражать ее содержание, быть точным, кратким. *Заголовок таблицы* следует помещать над таблицей слева, *без абзацного отступа* в одну строку с ее номером через тире, например:

Таблица 1 – Динамика показателей за 2012–2013 гг.

Если таблица взята из первичного источника без авторской переработки, следует сделать ссылку, например:

Таблица 1 – Источники набора персонала [15, с. 35]

Если таблица является авторской разработкой, необходимо после заголовка таблицы поставить знак сноски и указать в форме подстрочной сноски внизу страницы, на основании каких источников она составлена, например:

---

<sup>1</sup> Составлено автором по: [1, 3, 10].

Располагают таблицы на странице обычно вертикально. Помещенные на отдельной странице таблицы могут быть расположены горизонтально, причем графа с наименованиями показателей должна размещаться в левой части страницы. Слева, справа и снизу таблицы ограничивают линиями.

Таблицу с большим числом строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу слово «Таблица» указывают один раз слева над первой частью таблицы. На странице, на которую перенесена часть таблицы, слева пишут «Продолжение таблицы» или «Окончание таблицы» с указанием номера таблицы и повторением шапки таблицы.

Если таблица переносится, то на странице, где помещена первая часть таблицы, нижняя ограничительная линия таблицы не проводится. Это же относится к странице (страницам), где помещено продолжение (продолжения) таблицы. Нижняя ограничительная линия таблицы проводится только на странице, где помещено окончание таблицы.

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

Примечания к таблице (подтабличные примечания) размещают непосредственно под таблицей в виде: а) общего примечания; б) сноски; в) отдельной графы или табличной строки с

заголовком. Выделять примечание в отдельную графу или строку целесообразно лишь тогда, когда примечание относится к большинству строк или граф. Примечания к отдельным заголовкам граф или строк следует связывать с ними знаком сноски. Общее примечание ко всей таблице не связывают с ней знаком сноски, а помещают после заголовка «Примечание» или «Примечания», оформляют как внутритекстовое примечание.

Допускается применять размер шрифта в таблице меньший, чем в тексте работы, но не менее 10 pt.

Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице измерения, то ее обозначение необходимо помещать над таблицей справа. Если показатели таблицы выражены в разных единицах измерения, то обозначение единицы измерения указывается после наименования показателя через запятую. Допускается при необходимости выносить в отдельную графу обозначения единиц измерения. Образец оформления таблицы приведен в приложении Н.

Текст, повторяющийся в строках одной и той же графы и состоящий из одиночных слов, чередующихся с цифрами, заменяют кавычками. Если повторяющийся текст состоит из двух или более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее – кавычками. Если предыдущая фраза является частью последующей, то допускается заменить ее словами «То же» и добавить дополнительные сведения. При наличии горизонтальных линий текст необходимо повторять. Если в ячейке таблицы приведен текст из нескольких предложений, то в последнем предложении точка не ставится.

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

При отсутствии отдельных данных в таблице следует ставить прочерк (тире). Цифры в графах таблиц должны проставляться так, чтобы разряды чисел во всей графе были расположены один под другим, если они относятся к одному показателю. В одной графе должно быть соблюдено, как правило, одинаковое количество десятичных знаков для всех значений величин. Если таблицы размещены в приложении, их нумерация имеет определенные особенности. Таблицы каждого приложения нумеруют отдельной нумерацией арабскими цифрами. При этом перед цифрой, обозначающей номер таблицы в приложении, ставится буква соответствующего приложения, например:

Таблица В.1 – Динамика показателей за 2019–2022 гг.

Если в документе одна таблица, то она должна быть обозначена «Таблица 1» или «Таблица В.1», если она приведена в приложении (допустим, В).

## 5.7 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ФОРМУЛ И УРАВНЕНИЙ

Для составления формул, уравнений используется Редактор формул Microsoft Word.

Формулы и уравнения следует выделять из текста в отдельную строку. *Выше и ниже каждой формулы и уравнения необходимо оставлять не менее одной свободной строки.*

Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке, например:

$$R = X_{\max} - X_{\min}, \quad (4)$$

Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед каждой цифрой обозначения приложения, например, формула (В.1).

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Например: «... в формуле (1)...».

В качестве символов физических величин в формуле следует применять обозначения, установленные соответствующими нормативными документами. Пояснение символов и числовых коэффициентов, если они не пояснены ранее, должны быть приведены непосредственно под формулой, после которой ставится запятая.

Пояснение каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. *Первая строка пояснения должна начинаться без абзацного отступа со слова «где» (без двоеточия).* Например:

$$R = X_{\max} - X_{\min}, \quad (4)$$

где  $X_{\max}$  – максимальное значение контролируемого параметра в выборке;

$X_{\min}$  – минимальное значение контролируемого параметра в выборке.

### Пример написания формул

Коэффициент восстановления платежеспособности рассчитывается за шесть месяцев по формуле:

$$K3 = (K1_{к.п.} + 6/T(K1_{к.п.} - K1_{н.п.})) / K_{норм}. \quad (5)$$

где  $K3$  – коэффициент восстановления платежеспособности;

$K1_{к.п.}$  - коэффициент текущей ликвидности на конец отчетного периода;

$K1_{н.п.}$  - коэффициент текущей ликвидности на начало отчетного периода;

$6$  – период восстановления платежеспособности;

$T$  – отчетный период в месяцах (12,9,6,3);

$K_{норм.}$  - нормативное значение коэффициента ликвидности, установленное в размере 2.

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

Переносить формулы на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке умножения применяют знак «х».

Порядок оформления математических уравнений идентичен порядку оформления формул.

## 5.8 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПРИМЕЧАНИЙ И ССЫЛОК

При необходимости пояснить содержание текста, таблицы или иллюстрации в письменной работе следует помещать примечания. Их размещают непосредственно в конце страницы, таблицы, иллюстрации, к которым они относятся, и печатают с прописной буквы с абзацного отступа после слова «Примечание» или «Примечания». Если примечание одно, то после слова «Примечание» ставится тире и примечание печатается с прописной буквы. Одно примечание не нумеруют. Если их несколько, то после слова «Примечания» ставят двоеточие и каждое примечание печатают с прописной буквы с новой строки с абзацного отступа, нумеруя их по порядку арабскими цифрами.

Цитаты, а также все заимствованные из печати данные (нормативы, цифры и др.), должны иметь библиографическую ссылку на первичный источник. *Ссылка ставится непосредственно после того слова, числа, символа, предложения, по которому дается пояснение, в квадратных скобках.* В квадратных скобках указывается порядковый номер источника в соответствии со списком использованных источников и номер страницы, с которой взята информация, например: [3, с. 15].

Приводимые в работе цитаты должны быть по возможности краткими. Если цитата полностью воспроизводит предложение цитируемого текста, она начинается с прописной буквы. Если цитата включена на правах части в предложение авторского текста, она пишется со строчной буквы. Если в цитату вошла только часть предложения цитируемого источника, то либо после кавычки ставится многоточие и цитата начинается с маленькой буквы, либо цитата начинается с большой буквы и заканчивается многоточием, например: Ф. Котлер подчеркивал,

что современный маркетинг «...все в большей степени ориентируется на удовлетворение потребностей индивидуального потребителя» [26, с. 84].

В курсовой работе (проекте) могут использоваться и постраничные сноски со сквозной нумерацией по всей работе. При повторных ссылках полное описание источника дается только при первой сноске. Если несколько ссылок на один и тот же источник приводится на одной странице работы, то в сносках подставляют слова «Там же» и номер страницы, на которую делается ссылка. Если в работе при употреблении отдельных положений необходимо привести библиографические ссылки, то эти положения помечаются надстрочными знаками, сносками. Внизу страницы с абзацного отступа приводят сам текст библиографической ссылки, отделенной от основного текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны.

## 5.9 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Список должен содержать сведения об источниках, использованных при написании курсовой работы. Список использованных источников представляет собой перечень тех документов и источников, которые использовались при написании курсовой работы

Список использованных источников включает в себя не менее 30 наименований, расположенных в алфавитном порядке по разделам в следующей последовательности:

- Нормативно-правовые источники (акты органов законодательной и исполнительной власти, ведомственные правовые акты в хронологической последовательности);
- Учебники, монографии, брошюры;
- Диссертации и авторефераты диссертаций;
- Периодические издания; □ Иностранная литература; □ Электронные ресурсы.

В списке использованных источников применяется сквозная нумерация с применением арабского алфавита. Все объекты печатаются единым списком, группы объектов не выделяются.

При занесении источников в список литературы следует придерживаться установленных правил их библиографического описания.

Например:

*Официальные материалы.* В начале списка дается перечень использованных нормативных правовых актов федерального уровня в следующем порядке: международные нормативно-правовые акты, Конституция, кодексы, федеральные законы, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, нормативно-правовые акты иных федеральных органов государственной власти. Нормативные правовые акты одного уровня располагаются в хронологическом порядке, от принятых в более ранние периоды к принятым в более поздние периоды.

После федеральных нормативно-правовых актов перечисляются нормативно-правовые акты регионального, а затем муниципального уровней в том же порядке.

### а) Нормативно-правовые источники:

1. Лобанов, Е. Ю., Дизайн-проектирование: учебник / Е. Ю. Лобанов. — Москва: Юстиция, 2023. — 202 с.
2. Попкова, Е. Г., Основы рекламы: учебник / Е. Г. Попкова. — Москва: КноРус, 2024. — 267 с.
3. Роцин, С. П., Основы дизайна и композиции: учебник / С. П. Роцин, А. С. Хлебников. — Москва: Русайнс, 2024. — 174 с.

#### 4.2.1.2. Основные электронные издания

1. Рыжиков, С. Н., Основы рекламной деятельности + Приложение: учебник / С. Н. Рыжиков, Ю. М. Демидова. — Москва: КноРус, 2024. — 321 с. — ISBN 978-5-406-11899-3. — URL: <https://book.ru/book/950521> (дата обращения: 28.03.2024). — Текст: электронный.
- 4.2.2. Дополнительные источники печатные:
  1. Анисимова, Т. В., Социальная реклама. Риторический анализ плакатов социальной тематики: монография / Т. В. Анисимова, С. А. Чубай. — Москва: Русайнс, 2020. — 276 с.
  2. Костина, А. В., Основы рекламы: учебное пособие / А. В. Костина, О. И. Карпухин, Э. Ф. Макаревич. — Москва: КноРус, 2024. — 401 с.
  3. Социология и психология рекламы: учебник / С. И. Самыгин, Л. Д. Столяренко, В. И. Мареев [и др.]; под ред. С. И. Самыгина. — Москва: КноРус, 2024. — 365 с.
  4. Ущиповский, С. Н., История рекламы. Краткий курс.: учебное пособие / С. Н. Ущиповский. — Москва: Русайнс, 2024. — 99 с. — ISBN 978-5-466-05665-5. — URL: <https://book.ru/book/953076> (дата обращения: 28.03.2024). — Текст: электронный.
  5. Шитов, В. Н., Графический дизайн и мультимедиа: учебное пособие / В. Н. Шитов, К. Е. Успенский. — Москва: КноРус, 2024. — 331 с. — ISBN 978-5-406-12603-5. — URL: <https://book.ru/book/951818> (дата обращения: 28.03.2024). — Текст: электронный.
- 4.2.3. Электронные ресурсы (активная ссылка с датой обращения):
  1. Figma: [сайт]. — URL: <https://www.figma.com/>(дата обращения 03.04.2024). — Режим доступа: свободный. — Текст: электронный —[язык текста: английский]
  2. Виртуальная школа графического дизайна Бориса Поташника: [сайт]. — Москва, 2009-2023. - <https://creativshik.com> (дата обращения 03.04.2024). — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
  3. Фотошоп с нуля - фотошоп полный курс: видеокурс. — 26:37 (время воспроизведения). — URL: [https://www.youtube.com/watch?v=C3D\\_ohlyyDQ&list=PLWOT\\_kf44zD7ve4dwdhYd2VfgCSeYUcgS&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=C3D_ohlyyDQ&list=PLWOT_kf44zD7ve4dwdhYd2VfgCSeYUcgS&index=3) (дата обращения: 03.04.2024).
  4. Свет и настройки Corona Renderer (Основы): видео. - 29:42 (время воспроизведения). - URL: <https://www.youtube.com/@gripinsky> (дата обращения 03.04.2024). — Текст: электронный.
  5. Шрифт: электронный журнал. — URL: <https://typejournal.ru/> (дата обращения: 03.04.2024). — Текст: электронный.
  6. Оди — издание для дизайнеров, которое старается помогать им в работе и профессиональном развитии: электронный журнал. — URL: <https://awdee.ru> (дата обращения 04.04.2024). — Текст: электронный.

## 5.10 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПРИЛОЖЕНИЙ

В приложения рекомендовано включать материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть включены в основную часть: материалы, дополняющие работу; промежуточные математические доказательства, формулы и расчеты; таблицы вспомогательных цифровых данных; инструкции, методики, описания алгоритмов и программ задач, иллюстрации вспомогательного характера; нормативные акты, например, должностные инструкции. В приложения также включают иллюстрации, таблицы и распечатки, выполненные на листах формата А3.

Приложения оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах после списка использованных источников.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь (ПРИЛОЖЕНИЕ А, ПРИЛОЖЕНИЕ Б, ПРИЛОЖЕНИЕ В и т.д.). Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением

букв І и О. В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Само слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» пишется прописными (заглавными) буквами.

Если в работе одно приложение, оно обозначается «ПРИЛОЖЕНИЕ А».

Каждое приложение следует начинать с новой страницы.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают на следующей строке после слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» с абзачного отступа. Заголовок пишется с прописной буквы.

В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки, например: «... в приложении Б...». Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы.

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

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц.

Главы и параграфы должны иметь заголовки. Их следует нумеровать арабскими цифрами и записывать по центру страницы прописными (заглавными) буквами без точки в конце, не подчеркивая. Номер главы указывается цифрой (например, 1, 2, 3), номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой (например, 1.1, 2.1, 3.3). После номера главы и параграфа в тексте точку не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются. Не допускается писать заголовок параграфа на одном листе, а его текст – на другом. Образец оформления заголовков приведен в приложении Л.

В содержании работы наименования структурных элементов указываются с левого края страницы, при этом первая буква наименования является прописной (заглавной), остальные буквы являются строчными, например:

**Автономная некоммерческая организация  
профессиональная образовательная организация  
«Московский колледж деловой карьеры»  
(АНО ПОО «МКДК»)**

**КУРСОВОЙ ПРОЕКТ (РАБОТА)**

**по междисциплинарному курсу  
МДК.04.01 РАЗМЕЩЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ РЕКЛАМНЫХ РЕШЕНИЙ**  
(полное наименование МДК)

на тему \_\_\_\_\_  
(название темы курсовой работы)

**специальность 42.02.01 Реклама**

Выполнил  
Обучающийся \_\_\_ курса  
группы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Фамилия Имя Отчество)

Руководитель \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_  
(подпись) (Фамилия Имя Отчество)

Курсовая работа защищена с оценкой \_\_\_\_\_  
(оценка прописью)

**Москва, 2023**



Оформление пояснительной записки

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА к  
курсовому проекту (работе)**

на тему \_\_\_\_\_

Специальность 42.02.01 Реклама

Выполнил  
Обучающийся \_\_\_ курса группы

\_\_\_\_\_

(подпись)

Руководитель \_\_\_\_\_  
(ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_

(Фамилия Имя Отчество)



Примерное содержание курсовой работы (проекта)

Тема \_\_\_\_\_

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. МИР РОССИЙСКОЙ РЕКЛАМЫ: СТИЛИСТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНО-РЕЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ

1.1 Реклама - новая реальность

1.2 Все жанры, кроме скучного

2. ЖАНРЫ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

2.1 Классификация жанров рекламы

2.2 Языковые и стилистические приемы воздействия на целевую аудиторию

3. АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ. РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ КАК ФОРМА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ

Примерная тематика курсовых работ (проекта)

**по МДК.04.01 РАЗМЕЩЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ РЕКЛАМНЫХ РЕШЕНИЙ**

1. Особенности разработки и производства полиграфической продукции, требующей после печатной обработки и сборки (блокнот, конверт).
2. Особенности и сферы применения широкоформатной печати на различных видах баннерной ткани.
3. Особенности разработки и производства полиграфической продукции на примере фирменных бланков.
4. Особенности разработки и производства текстильной сувенирной продукции.
5. Особенности проектирования и производства полиграфической продукции на примере бейджей.
6. Особенности разработки и производства имиджево-информационной рекламной продукции (оформление компакт-диска)
7. Особенности проектирования и производства полиграфической продукции, требующей после печатной обработки, на примере папки для документов.
8. Особенности проектирования и производства полиграфической продукции на примере афиши для мероприятия.
9. Разработка и технология производства рекламного буклета.
10. Приемы повышения читаемости рекламного текста.
11. Разработка и технология производства рекламного баннера.
12. Создание рекламного слогана.
13. Разработка и технология создания рекламной листовки.
14. Методы разработки рекламного аудиоролика.
15. Разработка и технология производства сувенирной рекламы.
16. Технология производства рекламной статьи.
17. Функция заключительной фразы в рекламном тексте.
18. Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета.
19. Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст).
20. Разработка и технология производства рекламной афиши.
21. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе.
22. Особенности технологии производства аудиоролика.
23. Особенности технологии монтажа транзитной рекламы.
24. Особенности технологии печати транзитной рекламы.
25. Особенности технологии монтажа наружной рекламы.
26. Разработка и технология производства дисконтных карт.
27. Разработка слогана.
28. День из жизни современного молодого человека (рекламный видеоролик)
29. Помощь бездомным животным (рекламный видеоролик)
30. Приглашение на концерт (рекламный видеоролик)

Образец последней страницы курсового проекта (работы)

Курсовой проект (работа) выполнен мной самостоятельно. Используемые в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Экземпляр текста сдан.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)