**Приложение 7**

**к рабочей программе**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДЕНЫ

на заседании кафедры маркетинга и международного менеджмента

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ**

**КУРСОВЫХ РАБОТ**

**по дисциплине**

**Медиапланирование**

Оглавление

[I ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ 3](#_Toc69080431)

[1.1 Сущность курсовой работы 3](#_Toc69080432)

[1.2 Цели и задачи курсовой работы 3](#_Toc69080433)

[1.3 Права и обязанности научного руководителя: 4](#_Toc69080434)

[1.4 Права и обязанности студента 4](#_Toc69080435)

[1.5 Требования к курсовой работе 5](#_Toc69080436)

[1.6 Выбор и утверждение темы курсовой работы 6](#_Toc69080437)

[1.7 Основные этапы и сроки выполнения курсовой работы 7](#_Toc69080438)

[1.8 Структура и содержание курсовой работы 7](#_Toc69080439)

[II ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ, ЗАЩИТЫ И ОЦЕНКИ КУРСОВЫХ РАБОТ 10](#_Toc69080440)

[2.1 Защита курсовой работы 10](#_Toc69080441)

[2.2 Требования к докладу 11](#_Toc69080442)

[2.3 Критерии оценки курсовой работы 11](#_Toc69080443)

[2.4 Качество выступления на защите курсовой работы 12](#_Toc69080444)

[2.5 Оценка научным руководителем курсовой работы 13](#_Toc69080445)

[ПРИЛОЖЕНИЕ Примерный перечень тем курсовых работ 16](#_Toc69080446)

# **I ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

## **1.1 Сущность курсовой работы**

ФГБОУ ВО УрГЭУ ориентирует своё развитие на модель выпускника, который должен в современных условиях рыночной экономики быть подготовлен к самостоятельной профессиональной деятельности, требующей аналитического подхода, в том числе и в нестандартных ситуациях. Поэтому особое внимание уделяется организации самостоятельной творческой работы студентов, развитию навыков самостоятельного мышления с опорой на авторитетные мнения или имеющиеся факты. Важной формой развития навыков самостоятельной научной работы является написание студенческих исследовательских, в частности, курсовых работ.

Курсовая работа должна быть написана на основе тщательно проработанных научных источников, собранного и обработанного конкретного материала.

Курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование по выбранной теме. Курсовая работа должна отличаться критическим подходом к изучению литературных источников; материал, используемый из литературных источников, должен быть переработан, органически увязан с избранной студентом темой; изложение темы должно быть конкретным, насыщенным фактическими данными, сопоставлениями, расчетами, графиками, таблицами. При написании курсовой работы должны быть обобщены теоретические материалы по избранной теме с использованием соответствующего аппарата обоснования.

Работа завершается конкретными выводами и рекомендациями.

## **1.2 Цели и задачи курсовой работы**

Цель курсовой работы – углубление и специализация знаний и навыков студента в области рекламного менеджмента в процессе самостоятельного решения комплексной социально-проектной, исследовательской и практической задачи, требующей согласованного рассмотрения экономических, организационных, профилактических, диагностических, проектных вопросов.

При выполнении курсовой работы обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

## **1.3 Права и обязанности научного руководителя:**

Руководство осуществляется преподавателями выпускающей кафедры: профессорами, доцентами, кандидатами наук. Руководители назначаются приказом зав. кафедры Маркетинга и международного менеджмента УрГЭУ.

Права:

* выбирать темы курсовой и студентов в соответствии с научными интересами;
* определять порядок проведения индивидуальных консультаций;
* требовать от студента проведения анализа или расчета нескольких вариантов решения тех или иных вопросов.

Обязанности:

* предлагать структуру курсовой работы;
* определять список литературы;
* проводить консультации по написанию курсовой работы.

## **1.4 Права и обязанности студента**

Права:

* запрашивать у выпускающей кафедры предоставления своевременной информации о тематике курсовых работ, предполагаемых руководителях, графике защит, просить выпускающую кафедру о переносе сроков защиты в связи с невыполнением графика работы по уважительной причине;
* самостоятельно определять содержание разделов ВКР, демонстрационного материала и доклада; высказывать на заседании экзаменационной комиссии по защите ВКР мнение, отличное от мнения руководителя.

Обязанности:

* Студент является единоличным автором курсовой и несет полную ответственность за ее подготовку.
* Студент обязан подобрать литературу, совместно с руководителем составить развернутый план, календарный план выполнения и графики индивидуальных консультаций с руководителем.
* Осуществлять сбор и обработку фактического материала.
* Выполнять работу в соответствии с графиком, ставить руководителя в известность о возможных отклонениях от календарного плана и о ходе выполнения курсовой.

1. После составления рабочего плана и получения задания от научного руководителя па подбор материалов по теме курсовой работы студент приступает к детальному изучению обязательной литературы, а также подбору опубликованных и неопубликованных дополнительных источников информации. Подбор литературы - это самостоятельная работа студента, успех которой зависит от его инициативности и умения пользоваться каталогами, библиографическими справочниками и т.п. Подбирая литературу в библиотеке, рекомендуется обращаться к библиографу. Детальное изучение студентом источников научной литературы заключается в их конспектировании и систематизации. Это могут быть выписки, цитаты, краткое изложение содержания научного источника или характеристика фактического материала. Систематизация получаемых сведений проводится по основным разделам курсовой работы, предусмотренных планом. Работа по подбору литературы предполагает систематические консультации с научным руководителем, обязательное согласование с ним всего списка подобранной литературы, а также обсуждение проработанного материала. После того, как тщательно изучена и проработана собранная по теме литература, возможны некоторые изменения первоначального варианта плана курсовой работы.
2. Одним из наиболее ответственных и трудных этапов при подготовке курсовой работы является Этот этап работы выполняется студентом самостоятельно и соответствии с индивидуальным заданием научного руководителя и отражает специфику разрабатываемой темы курсовой работы.

**Объектами,** на базе которых выполняется курсовая работа, могут быть:

* предприятия всех филиалы и представительства международных компаний, финансово-кредитных организаций, торговых предприятий и т.п.;
* проектные, научно-исследовательские и образовательные  
  организации;
* органы государственного управления и местного самоуправления в  
  сфере международной деятельности и внешнеэкономических связей.
* организационно-правовых форм и их  
  подразделения, занимающиеся маркетинговой, рекламной деятельностью;

## **1.5 Требования к курсовой работе**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Курс** | **Объём курсовой работы** | **Объём обязательной литературы** |
| 1-2 | Не больше 25 печатных листов | Не менее 25 источников |
| 3-4 | Не больше 35-40 печатных листов | Не менее 35 источников |

Объем введения и заключения - 3-4 страницы текста.

Объем глав - примерно 10-12 страниц.

Объем оригинального текста должен превышать 60%.

Готовую работу необходимо поместить в папку на кольцах или пружинах, мягкую папку.

## **1.6 Выбор и утверждение темы курсовой работы**

Выбор темы курсовой работы осуществляется студентом по согласованию с научным руководителем. При выборе темы курсовой работы необходимо исходить из:

1. Актуальности проблемы и значимости ее для практической  
   деятельности организаций.
2. Потребностей развития и совершенствования конкретной организации.
3. Интересов, склонностей, научно-исследовательской работы студента во время обучения, а также перспектив его будущей профессиональной деятельности.
4. Научной специализации выпускающей кафедры и ее преподавателей.
5. Возможности получения конкретных статистических данных для  
   проведения анализа и обоснования предлагаемых управленческих решений.
6. Наличия специальной научной литературы для теоретического  
   обоснования проблемы.

Студенты одной группы не могут выполнять курсовую работу на одну и ту же тему. Если на одну тему падает выбор нескольких студентов, то она закрепляется за тем из них, кто привел наиболее весовые аргументы в обоснование своего выбора. Внесение корректив в название темы после ее утверждения не рекомендуется.

Темы курсовых работы делятся на две категории:

* темы работ прикладного характера, в которых предполагается обоснование решения практических задач хозяйственной деятельности в современных условиях;
* темы работ исследовательского характера, в которых предполагается теоретическое обобщение, систематизация литературных источников, статистических данных и других материалов, позволяющее по-новому подойти к решению одной из актуальных проблем российской и мировой рекламной индустрии, маркетинговых коммуникаций.

Допускается внесение уточнений в наименовании темы работы по согласованию с научным руководителем. Инициатором выбора темы может быть студент, научный руководитель.

Примерная тематика курсовых работ по кафедре маркетинга и международного менеджмента приведена в *приложении А.*

## **1.7 Основные этапы и сроки выполнения курсовой работы**

Рекомендуется следующая последовательность этапов ее выполнения:

|  |  |
| --- | --- |
| **Сроки** | **Этапы** |
| **Первая неделя обучения по дисциплине.** | 1. Выбор темы работы, ее утверждение |
| **Первый месяц изучения дисциплины** | 1. Подбор научной литературы, нормативной документации и ознакомление с ними 2. Ознакомление с деятельностью предприятия (организации), основными показателями его деятельности, определение целей и задач заключительных исследований, составление планов их проведения. |
| **Второй месяц изучения дисциплины** | 1. Написание теоретической части работы с проработкой методического обеспечения для проведения анализа изучаемого объекта. Сбор аналитических данных по разработанному ранее плану. 2. Обобщение аналитических материалов и представление руководителю. Доработка теоретической части работы по замечаниям руководителя. 3. Экономическое, техническое и организационное обоснование предлагаемых решений и представление руководителю. Доработка аналитической (расчетной) части работы по замечаниям руководителя. |
| **За 3 недели до дня защиты.** | 1. Представление работы руководителю. 2. Доработка рекомендательной части работы по замечаниям руководителя. Написание введения и заключения. 3. Подготовка библиографического списка и приложений. |
| За две недели до защиты | 1. Проверка выпускной курсовой работы на плагиат. Прохождение нормоконтроля и исправление замечаний по оформлению работы. 2. Представление готовой работы руководителю 3. Подготовка к защите курсовой работы. |
| Перед защитой | 1. Подписание титульного листа работы студентом и руководителем. 2. Размещение работы на портале. |

## **1.8 Структура и содержание курсовой работы**

Курсовая работа должна быть построена по общей схеме на основании методических указаний, отражающих современный уровень требований к завершающей стадии подготовки студента.

**Структура и содержание курсовой работы**

В общем виде курсовая работа включает в себя:

* титульный лист;
* содержание;
* введение;
* основную часть;
* заключение;

- список использованных источников;

- приложения.

Основная часть состоит из трех глав, каждая их которых имеет название, соответствующее теме квалификационной работы.

**Титульный лист** должен содержать все необходимые идентификационные признаки и выполнен по образцу макета, приведенного в *Приложении В.*

**В Содержании** последовательно перечисляются заголовки разделов и подразделов, указываются номера страниц, с которых они начинаются (точно по тексту).

Введение, заключение, список использованных источников включают в содержание.

Все приложения должны быть перечислены в содержании с указанием их номеров и заголовков. (пример приведен в *приложении Г*)

**Введение.** Во введении необходимо:

* 1. дать оценку современного состояния решаемой проблемы, в том числе обосновать выбор темы,ее актуальность и практическую значимость;
  2. сформулировать цель и задачи курсовой работы,
  3. установить объект и предмет исследования.

Цель представляет собой желаемый результат выполнения курсовой работы. Как правило, цель состоит в решении выявленной проблемы.

Проблема – несоответствие реального состояния объекта исследования идеальному.

Задачи обычно соответствуют структуре курсовой работы, поскольку описывают совокупность конкретных шагов по достижению указанного результата. Обычно в курсовой работе решается от 3 до 6 задач.

Объектом исследования, в зависимости от его масштаба могут выступать конкретное предприятие, отдельная отрасль, маркетинговые коммуникации отдельного предприятия.

Предмет исследования – совокупность взаимосвязей или отношений, характеризующих определенную сферу функционирования объекта.

**Первая глава** (название). Теоретическая глава должна стать основой для выполнения аналитического и практического разделов курсовой работы. В этом разделе должны быть даны толкования всех используемых в работе понятий и терминов экономического характера.

В теоретическом разделе пояснительной записки на основе изучения и обобщения литературных источников (монографий, учебников, статей, законодательных и нормативных материалов и др.) дается характеристика и оценка современного состояния теории по теме курсовой работы, рассматриваются тенденции и перспективы ее дальнейшего развития.

На основе проведенных теоретических исследований студент формулирует те конкретные задачи, которые будут решаться в курсовой работе применительно к выбранному объекту.

Центральное место, исходя из темы работы, может занимать методология решения вопросов, т.е. изложение содержания используемых методов и приемов исследования. Теоретический раздел должна содержать описание конкретной методики, по которой в следующем разделе будет выполнен анализ по теме, если разработка такой методики не является целью выполнения курсовой работы.

Если в процессе изучения литературных источников выявились дискуссионные подходы и различные точки зрения на какие-либо вопросы темы, студенту необходимо критически их оценить и обосновать собственную точку зрения, которой он будет придерживаться и развивать в работе. Теория по теме должна рассматриваться не только в общем виде, но и с учетом международных, отраслевых и территориальных особенностей функционирования объектов исследования. Важно добросовестно цитировать авторов и аккуратно оформлять ссылки на использованную литературу.

**Вторая глава (название).** Аналитический раздел является логическим продолжением теоретического раздела и основой для разработки практической части работы. Его структура и содержание определяются темой и особенностями объекта исследования.

Анализ фактического состояния исследуемой темы проводится на основе данных, собранных выпускником (статистические материалы, публикации и др.), и с применением методик анализа, описанных либо разработанных в теоретическом разделе.

Аналитическая глава включает исследование состояния изучаемой проблемы на предприятии (организации). При написании этой главы студент должен показать умение экономически грамотно анализировать и оценивать состояния проблемы для выбранного объекта исследования на основе собранных данных литературных источников, статистических и справочных материалов, годовых и оперативных материалов предприятий (организаций), производить необходимые расчеты и делать обоснованные выводы. При этом он должен осуществить правильный отбор необходимой информации (не использовать ненужные сведения), определиться с временными границами сбора данных, применить необходимые методы их сбора и обработки. Наиболее полно должны быть проанализированы существующее состояние изучаемого явления, факторы, влияющие на его развитие, имеющиеся возможности и недостатки.

Информацию, приводимую в аналитическом разделе, необходимо систематизировать и преподнести в форме таблиц, схем, графиков, диаграмм. При этом ко всем таблицам и рисункам должны быть сделаны пояснения в тексте раздела и ссылки на источник информации. Наиболее объемные и первичные материалы могут быть вынесены в приложения.

Выводы по второй главе должны быть увязаны с содержанием главы.

**Третья глава (название**). Базируется на результатах исследования, проведенного в предыдущей главе. В практической главе студенты оценивают фактическое состояние предмета исследования в рамках выбранного объекта, выявляют существующие проблемы, формулируют рекомендации по их решению и оценивают возможные результаты внедрения данных рекомендаций.

При выполнении практической главы студент должен показать умение на основе выводов проведенных исследований предлагать конкретные мероприятия, методы и способы разрешения конкретной проблемы. При этом строиться данная глава должна с учетом принципов системного подхода и динамичности. Необходимо учитывать взаимосвязи многих изменяющихся во времени объектов и факторов, а также многих сфер принятия управленческих решений в рамках предприятия с позиций как стратегического, так и оперативного управления.

Предложения и рекомендации выпускник должен обязательно обосновать с точки зрения экономических и, при необходимости, социальных последствий, которые будут проявляться в результате реализации этих разработок. Экономическое обоснование может быть выполнено в виде: расчета экономической эффективности, оценки эффективности мероприятий текущих и единовременных затрат на определенные мероприятия; оценки прогрессивности предложений по качественным параметрам, • прогноза изменения определенных социально-экономических показателей, • рейтинговых и экспертных оценок и т.д.

Состав и глубина проработки рекомендаций и прогнозных результатов их внедрения согласовываются студентом с руководителем курсовой работы. При этом некоторые из них могут быть разработаны и оформлены в виде проектов рабочих документов (например, бизнес-плана, плана маркетинговых мероприятий, проекта должностной инструкции, методики и др.). При этом студент должен выбрать адекватные методы и методики социально - экономического обоснования предложений, грамотно применить их, а также сделать необходимые выводы.

**Заключение.** В этой части курсовой работы находят отражение основные положения и выводы, содержащиеся во всех главах работы.

**Список использованных источников.** Должен содержать перечень использованных при написании курсовой работы литературных источников с их полным описанием по требованиям стандартов.

**Приложения.** В приложениях выносятся таблицы, первичные материалы, громоздкий иллюстрированный материал. По тексту курсовой работы на все приложения должны быть сделаны ссылки. Приложения располагаются в порядке ссылок на них в тексте.

# **II ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ, ЗАЩИТЫ И ОЦЕНКИ КУРСОВЫХ РАБОТ**

## **2.1 Защита курсовой работы**

***Этапы***:

1. составляется и утверждается распоряжением по кафедре график проведения защит;
2. формируется и утверждается распоряжением по кафедре комиссия из 2-4 преподавателей кафедры маркетинга и международного менеджмента;
3. при необходимости до преподавателей, назначенных в состав комиссии, доводятся настоящие методические указания. Один из членов комиссии ведет протокол проведения защиты, фиксируя номер протокола заседания комиссии, дату заседания и Ф.И.О. членов комиссии.
4. Студент представляет комиссии:
5. курсовую работы с подписью руководителя,
6. данные о степени самостоятельности выполнения курсовой работы из системы Антиплагиат.
7. Комиссия проверяет представленные материалы на комплектность и соответствие между собой; соответствие формальным требованиям контролируется по всем документам.
8. Один из членов комиссии вносит в протокол:
9. Ф.И.О. студента и номер учебной группы,
10. Ф.И.О руководителя, должность, ученое звание, ученую степень,
11. Студент кратко излагает основные результаты работы по каждой главе (теоретического, аналитического и практического характера) – 5 минут.
12. Члены комиссии задают студенту вопросы по теме работы.
13. Студент выходит из аудитории, где проходит защита, а члены комиссии выносят решение об оценке и фиксируют это решение в протоколе.
14. Студент приглашается в аудиторию, где до него доводится решение, принятое комиссией.

При подготовке к защите студент должен подготовить доклад по теме курсовой работы, в котором необходимо четко и кратко изложить основные положения работы.

## **2.2 Требования к докладу**

Доклад по курсовой работе должен отражать актуальность проведенного исследования, поставленные цель и задачи работы, полученные результаты и область их возможного применения.

Объем устного доклада должен быть рассчитан на выступление продолжительностью 5 минут.

Объем доклада не должен превышать 4 с.

Доклад должен представлять собой связный текст; включение в доклад других объектов (схем, таблиц и т.п.) не допускается. Такие объекты должны быть вынесены в раздаточный материал, и в тексте доклада непременно должны быть ссылки на соответствующие листы раздаточного материала.

Если весь лист раздаточного материала занимает один объект (рисунок, таблица и др.), то ссылка на него в докладе выглядит так: «см. лист 4 раздаточного материала». Если на листе раздаточного материала расположено несколько объектов, то ссылка на них в докладе выглядит так: «см. рисунок 5.1 листа 5 раздаточного материала».

В ходе защиты комиссия контролирует соответствие материала указанным требованиям.

Для наглядности целесообразно подготовить иллюстрации (таблицы, схемы, графики и т.д.) в виде раздаточного материала.

## **2.3 Критерии оценки курсовой работы**

Оценка курсовой работы производится по четырем группам критериев:

1. *Обоснованность актуальности проблемы* исследования и темы работы  
   - предполагает оценку степени убедительности оснований, побудивших  
   студента выбрать данную проблему для изучения на определенном объекте  
   исследования;
2. *Уровень теоретической проработки* проблемы предполагает оценку  
   широты и качества изученных литературных источников, логики изложения  
   материала, глубины обобщений и выводов в первой главе, а также  
   теоретического обоснования возможных решений проблемы;
3. *Методическая грамотность проведенных исследований* во второй главе работы предполагает оценку обоснованности применения методик исследования, информационной адекватности и правильности использования конкретных методов и методик анализа;
4. *Достаточность и качество обоснования* предлагаемых управленческих (технических) решений предполагает оценку адекватности выбранных методов обоснования решений, правильность их применения;
5. *Практическая значимость выполненной работы* предполагает оценку возможности практического применения результатов исследования в деятельности конкретной организации или в сфере возможной профессиональной занятости выпускников специальности в соответствии с требованиями ФГОС;
6. *Качество оформления курсовой работы* предполагает оценку на соответствие стандартам, а также аккуратность и выразительность оформления материала, грамотность и правильность подготовки сопроводительных документов. Порядок оформления бакалаврской работы представлен в Положении о требованиях к оформлению рефератов, отчетов по практике, контрольных, курсовых и дипломных работ УрГЭУ, утвержденных решением Совета по учебно-методическим вопросам и качеству образования. Рекомендации по оформлению списка литературы представлены в *приложении Г.*

## **Качество выступления на защите курсовой работы**

Оценивается членами комиссии по следующим составляющим:

1. *Качество доклада* предполагает оценку соответствия доклада содержанию работы, способности выпускника выделить научную и практическую ценность выполненных исследований, умения пользоваться иллюстративным материалом;
2. *Качество ответов на вопросы* предполагает оценку правильности, четкости, полноты и обоснованности ответов выпускника, умения лаконично и точно сформулировать свои мысли, использую при этом необходимую научную терминологию;
3. *Качество иллюстраций* к докладу предполагает оценку соответствию подбора иллюстративных материалом содержанию доклада, грамотность их оформления и упоминания в докладе, выразительность использованных средств графического и художественного воплощения.
4. *Поведение при защите работы* предполагает оценку коммуникационных характеристик докладчика (манера говорить, отстаивать свою точку зрения, привлекать внимание к важным моментам в докладе или ответах на вопросы.

## **Оценка научным руководителем курсовой работы**

Переносится из отзыва руководителя.

По всем составляющим членами комиссии выставляются оценки в индивидуальных оценочных листахпо 4 - балльной шкале:

* «отлично» - если состояние по конкретному параметру *полностью соответствует* предъявляемым требованиям; работа носит исследовательский (аналитический) характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, критический анализ фактического материала, характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, имеет положительные отзывы руководителя и рецензента, при защите автор показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения по решению проблемы, во время доклада использует наглядные средства, легко отвечает на поставленные вопросы.
* «хорошо» - если состояние по конкретному параметру *в основном соответствует* предъявляемым требованиям; работа носит исследовательский (аналитический) характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, критический анализ фактического материала, характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями, имеет положительные отзывы руководителя и рецензента, при защите показывает знание вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по решению проблемы, во время доклада использует наглядные средства, легко отвечает на поставленные вопросы.
* «удовлетворительно» - если состояние по конкретному параметру *частично соответствует* состояние по конкретному параметру. Работа наряду с вышеуказанными положительными качествами отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором фактического материала, в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения, в отзывах руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике анализа, при защите студент проявляет не уверенность, показывает не глубокое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.
* «неудовлетворительно» - если состояние по конкретному параметру *не  
  соответствует* предъявляемым требованиям. Работа не соответствует заявленной теме, объекту, предмету исследования, не реализовала поставленные цели и не решила указанные задачи, не отвечает требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, в отзывах руководителя и рецензента имеются критические замечания, при защите студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки.

Итоговая оценка выпускной курсовой работы определяется усреднением оценок по группам критериев 1 - 4. Студенту присваивается один из четырех уровней формирования компетенций согласно критериям оценивания, в табл. 2.

**ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ПОДГОТОВКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Основная литература**

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 2. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 322 с. [*http://znanium.com/go.php?id=1093531*](http://znanium.com/go.php?id=1093531)
2. Попова, О. И. Медиапланирование [Текст] : учебное пособие / О. И. Попова ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : Издательство УрГЭУ, 2019. - 159 с. [*http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/19/p492257.pdf*](http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/19/p492257.pdf) (25 экз.)
3. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний [Текст] : производственно-практическое издание / Н. А. Мельникова. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2018. - 179 с. (3 экз.)

**Дополнительная литература**

1. Маркетинг PR и рекламы [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности (080111) "Маркетинг" / [И. М. Синяева [и др.] ; под ред. И. М. Синяевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. [*https://new.znanium.com/catalog/product/1028516*](javascript: void(0))
2. Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. [*https://new.znanium.com/catalog/product/1028523*](https://new.znanium.com/catalog/product/1028523)

**9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Перечень лицензионного программного обеспечения:**

* Microsoft Windows 10. Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020
* Astra Linux Common Edition Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018
* Microsoft Office 2016. Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020
* Мой Офис стандартный. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018, Соглашение б/н от 07.06.2017

**Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

Общего доступа

* Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 194-У-2019 от 09.01.2020
* Справочная правовая система Консультант плюс Договор № 194-У-2019 от 09.01.2020 (срок действия лицензии до 31.12.2020)

## **ПРИЛОЖЕНИЕ Примерный перечень тем курсовых работ**

1. Рекламная кампания как технология привлечения клиентов.
2. Рекламная кампания как технология формирования имиджа организации.
3. Рекламная кампания как технология повышения уровня информированности.
4. Разработка и реализация стратегии и тактики предвыборных кампаний.
5. Продвижение бренда компании технологиями рекламы и PR.
6. Специальные мероприятия как инструмент формирования положительного имиджа организации.
7. Специальные мероприятия как инструмент продвижения организации
8. Формирование бизнес-имиджа территории инструментами PR и рекламы.
9. Веб-сайт как инструмент продвижения организации.
10. Реклама как инструмент продвижения выставки (организации и т.д.).
11. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций.
12. PR-технологии в формировании имиджа организации (повышении лояльности, привлечении клиентов, повышении уровня информированности и т.д.).
13. Выставка как PR-технология формирования имиджа организации.
14. Разработка рекламной кампании для сети Интернет.
15. Продвижение организации в системе социальных сетях.
16. Медиамикс как основа эффективного планирования масштабной рекламной кампании.
17. Разработка медиастратегии продвижения организации.
18. Организация маркетинговых коммуникаций в сети интернет.
19. Сравнительная характеристика специфики размещения рекламных материалов на телеканалах.
20. Специфика составления медиаплана для спортивного клуба.
21. Выбор средств распространения рекламы.
22. Особенности медиапланирования сферы банковских услуг.
23. Особенности медиапланирования на телевидении.
24. Изучение рекламных возможностей радиостанции.
25. Разработка медиаплана рекламного видеоролика для оператора сотовой связи.
26. Возможность эффективного охвата выбранной целевой аудитории с мощью телеканала.
27. Выбор оптимальных средств массовой информации для эффективного информирования об открытии караоке-бара.
28. Медиаплан продвижения на рынок продукции фирмы.