**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ**

**КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

**дисциплина «Корпоративная культура организации»**

**ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**ОЧНОЙ И ЗАОЧНОЙ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ**

**НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ**

**42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**(ПРОФИЛЬ РЕКЛАМА)**

*К.ф.н., доцент Подопригора А.С.*

*Курсовая работа* представляет собой исследование элементов корпоративных культур организаций, которое систематизирует, закрепляет и расширяет теоретические знания, практические навыки при решении конкретных задач, развивает умение самостоятельной научной работы, выявляет научные интересы, способности и творческие возможности обучающихся.

Цели курсовой работы.

Курсовая работа – итоговый предэкзаменационный этап в изучении курса «Корпоративная культура организации».

Написание курсовой работы предполагает:

* активизацию и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков в ходе изучения дисциплины;
* получение навыков самостоятельного исследования;
* творческое отношение к выбранной теме курсовой работы;
* знание научной и правовой литературы, проблем в области выбранной темы;
* опыт самостоятельной работы над перечнем информационных источников, подготовку библиографии по избранной теме;
* организацию подготовки теоретической и практической части, защиты курсовой работы в соответствии с требованиями, предъявляемыми к структуре и содержанию.

Каждый обучающийся выбирает тему курсовой работы из перечня примерной тематики (по выбору, но, чтобы темы в одной группе не дублировались) (Приложение А). Рекомендуемые темы являются ориентиром и могут быть скорректированы с руководителем курсовой работы.

При выборе темы с научным руководителем должен быть определен круг вопросов (план), подлежащих исследованию. Название должно соответствовать содержанию курсовой работы.

Руководитель предлагает обучающемуся тему курсовой работы или помогает в определении темы, соответствующей интересам студента, помогает в разработке или корректировке плана курсовой работы, рекомендует основные источники по теме (литературу, справочные материалы и т. д.), проводит консультации.

Работа над курсовым проектом должна сопровождаться периодической отчетностью обучающегося перед научным руководителем.

**Основные этапы подготовки курсовой работы:**

1. Выбор студентом темы курсовой работы в соответствии с примерными темами курсовых работ по дисциплине «Теория и практика менеджмента в рекламе и PR».
2. Согласование темы с научным руководителем.
3. Составление рабочего плана курсовой работы, обсуждение его с научным руководителем.
4. Подбор литературы, статистических и других материалов по избранной теме.

При подготовке курсовой работы следует использовать труды специалистов в области менеджмента, организации рекламной и PR деятельности: учебные пособия, монографии, научные статьи, Интернет источники. Особую ценность работе придает использование фактического материала, отражающего результаты деятельности конкретных организаций, функционирующих в сферах В-2-В и В-2-С.

1. Подготовка и представление рабочего варианта курсовой работы научному руководителю.
2. Защита окончательного варианта курсовой работы (в распечатанном и подписанном виде) научному руководителю.

**Структура и содержание работы.**

**1. Во введении:**

**-** содержится краткая характеристика темы (проблемы), обосновывается ее актуальность, дается оценка современного состояния (степень изученности темы);

- формулируются цель и задачи курсовой работы;

- определяется объект и предмет исследования;

- приводится краткий перечень имеющейся по данной теме информационных источников, а также более подробный обзор не менее 5 основных учебных пособий, не менее 2 статей, не менее 2 интернет источников);

- описывается краткая структура курсовой работы.

Освещение актуальности должно обосновать целесообразность дальнейшей разработки темы. Степень изученности темы представляется на основании обзора литературы, который в итоге должен привести к выводу, что именно данная тема не изучена, или изучена недостаточно. Обзор литературы должен показать основательное знакомство обучающегося со специальной литературой, его умение систематизировать источники, выделять существенное, оценивать ранее сделанное другими исследователями, определять главное в современном состоянии изученности темы.

В формулировке цели обозначается конечный результат предпринимаемого исследования («куда вы должны прийти»). Задачи исследования представляют собой систему изучаемых вопросов, ответы на которые обеспечивают достижение цели исследования («как вы пойдете к намеченной цели»,). Описание задач делается в форме перечисления (изучить..., описать..., установить..., выявить..., проанализировать… и т. п.).

Обязательным элементом введения является формулировка объекта и предмета исследования.

**2. В теоретическую часть** курсовой работы включается подробный обзор современного состояния проблемы и критический анализ отечественной и зарубежной литературы по рассматриваемым вопросам, обоснование и постановка основных проблем. В зависимости от специфики работы раскрывается сущность процессов, явлений во взаимосвязи развитии, дается анализ сложившейся практики в области рекламы, описываются особенности отечественного и зарубежного опыта.

**3. В практической части** работы обобщается собранный фактический материал, статистические данные и другая информация. Результатом этой работы должны стать конкретные рекомендации по решению тех или иных задач.

Каждая глава основной части работы заканчивается выводами.

**4. В заключении** в сжатой форме представляются основные выводы и результаты. Выводы должны отвечать поставленным задачам, количество выводов должно соответствовав количеству задач.

**5. Перечень использованных информационных ресурсов** должен включать не менее 20 (2016-2021 г.г.). Составляется по алфавитному порядку фамилий авторов и названия используемых источников в соответствии со стандартом ДГТУ (Приложение Г).

**6. Приложения** даются в конце работы на отдельных листах. Здесь могут быть представлены таблицы, графики, схемы, если они не использованы прямо по тексту.

**Оформление курсовой работы**

(в соответствии со стандартом ДГТУ).

Объем курсовой работы, включая текстовой, табличный и иллюстративный материалы, должен составлять примерно 40-45 страниц машинописного текста.

Курсовая работа скрепляется в следующей последовательности:

1. Титульный лист (Приложение Б)
2. Задание (Приложение В)
3. Содержание (план)
4. Введение (2,5 стр.)
5. Теоретическая часть
   1. (не менее 10 стр.)
   2. (не менее 10 стр.)
6. Практическая часть

2.1 (не менее 5 стр.)

2.2 (не менее 5 стр.)

1. Заключение (1,5 стр.)
2. Перечень использованных информационных ресурсов (не менее 20 источников)
3. Приложения

*Ссылки на использованные информационные ресурсы в тексте курсовой работы должны быть оформлены внизу страниц (образец оформления ссылок и названия таблиц в тексте представлены в Приложение Д). Названия рисунков оформляются внизу рисунков и даются ссылки в тексте.*

*Курсовые работы должны быть проверены на антиплагиат и лист прикреплен к распечатанному варианту.*

Работа получает оценку научного руководителя (зачет по курсовой работе), которая отражается в зачётной книжке.

**Приложение А**

Примерная тематика курсовых работ

по дисциплине «Корпоративная культура организации»

1. Корпоративные ценности.

2. Лидерство, утверждающее корпоративные ценности.

3. Сотрудники компании как носители корпоративной культуры.

4. Этика бизнеса как элемент корпоративной культуры.

5. Отличительные особенности корпоративной культуры различных стран мира.

6. Корпоративная культура многонациональной компании.

7. Структура и элементы корпоративного имиджа.

8. Сильные и слабые стороны корпоративной культуры.

9. Трудовая этика и мотивирование как элементы корпоративной культуры.

10. Корпоративная культура и брендинг.

11. Роль формальных и неформальных лидеров в формировании корпоративной культуры.

12. Имиджевая структура корпоративной культуры.

13. Организация тренингов и командообразования (тим-билдинга) в рамках формирования корпоративной культуры.

14. Морально-психологический климат коллектива.

15. Внешние проявления корпоративной культуры. Видимые символы, эмблематика как элементы корпоративной культуры.

16. Внешние проявления корпоративной культуры. Цвет.

17. Внешние проявления корпоративной культуры . Элементы фирменного стиля.

18. Внешние проявления корпоративной культуры. Товарный знак, пиктограммы.

19. Внешние проявления корпоративной культуры. Интерьер.

20. Внешние проявления корпоративной культуры. Одежда.

21. Ритуалы, праздники, поведение сотрудников.

22. Герои и мифы как элементы корпоративной культуры.

23. Методы разрешения конфликтов.

24. Организация и структура власти.

25. Подготовка и проведение деловой встречи (деятельность секретаря).

26. Подготовка и проведение деловой встречи (деятельность руководителя).

27. Национальная деловая этика и корпоративная культура.

28. Корпоративная культура и PR.

29. Моральные проблемы внутрикорпоративных отношений.

30. Корпоративный кодекс.

**Рекомендуемая литература**

1. Госпарович Е.О. Корпоративная культура и социальная ответственность: диагностика, планирование, развитие. В 2-х частях. – Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2019.
2. Грошев И.В. Организационная культура: Учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - М.:Юнити, 2015. - 535 c.
3. Джозелин Роберт, Алас Рут, Асфарова Айгуль. Корпоративная культура. Проблемы и тенденции развития в мире и в России. - М.: Наука, 2011. - Институт социально-политических исследований РАН.– 507 с. ISBN: 978-5-02-037095-1 URL: https://www.labirint.ru/books/579398/
4. Евченко О.С. Основы корпоративной культуры. Электронное учебное пособие. - Тольятти: ФГБОУ Тольяттинский гос. ун-т, 2022.
5. Земедлина Е.А. Организационная культура: Учебное пособие / Е.А. Земедлина. - М.: Риор, 2018.- 480 c.
6. Козилова Л.В., Чвякин В.А., Волкова Ю.А.Корпоративная и организационная культура [Электронный ресурс]: учебник – Эл. изд. - Электрон.текстовые дан. (1 файл pdf: 131 с.), 2022. – Режимдоступа:http://scipro.ru/conf/corp&org\_culture.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10'.
7. Козлов В.В. Организационная культура (для бакалавров) / В.В. Козлов, Ю.Г. Одегов, В.Н.Сидорова. - М.: КноРус, 2016. - 237 c.
8. Колесников А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов/А.В. Колесников. - М.: Юрайт, 2022. - 167с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490153(дата обращения: 10.10.2022).
9. Крестьянова Е.Н. Корпоративная культура: методические указания/Е.Н. Крестьянова, Ю.А. Левашева, Т.В. Филатов. — Самара: СамГАУ, 2019. - 24 с. - Текст: электронный//Лань: электронно-библиотечная система. - URL: https://e.lanbook.com/book/123618 (дата обращения: 10.10.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей.
10. Лайкер Д. Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний / Д. Лайкер. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 354 c.
11. Макеев В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации. – М.:Ленанд, 2015. – 248 с. ISBN 978-5-9519-3047-7.
12. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании: Учебное пособие.- М.: Инфра-М, 2016. - 416 c.
13. Соломанидина Т.О. Организационная культура в таблицах, тестах, кейсах и схемах: Учебно-методические материалы . - М.: Инфра-М, 2017. - 448 c.
14. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: Учебное пособие . - М.: Инфра-М, 2016. - 559 c.

|  |  |
| --- | --- |
| **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** | |
| Э1 | Научно-техническая библиотека (ЭБС) ДГТУ  https://ntb.donstu.ru |
| Э2 | ЭБС IPRbooks  http://www.iprbookshop.ru/ |
| Э3 | ЭБС «Университетская библиотека online»  http://www.biblioclub.ru/ |
| Э4 | Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»  http://www.mevriz.ru/ |
| Э5 | Электронно-библиотечная система “znanium.com”  http://znanium.com |
| Э6 | ЭБС Издательства Лань  https://e.lanbook.com |

**Приложение Б**



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Факультет «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

наименование факультета

Кафедра «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

наименование кафедры

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | |
| Зав. кафедрой | | «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_» |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| подпись | | И.О. Фамилия |
| «\_\_\_» | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. | |

**КУРСОВОЙ ПРОЕКТ (РАБОТА)**

Тема: «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Дисциплина (модуль) «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование учебной дисциплины (модуля)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Направление подготовки/специальность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

коднаименование направления подготовки/специальности

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Направленность (профиль) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Обозначение курсового проекта (работы) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Обучающийся \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись, дата И.О. Фамилия

Курсовой проект (работа) защищен с оценкой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель проекта (работы) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись, дата должность, И.О. Фамилия

Ростов-на-Дону

20\_\_

**Приложение В**



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Факультет «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

наименование факультета

Кафедра «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

наименование кафедры

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | |
| Зав. кафедрой | | «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_» |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| подпись | | И.О. Фамилия |
| «\_\_\_» | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. | |

**ЗАДАНИЕ**

на выполнение курсового проекта (работы)

Тема: «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Дисциплина (модуль) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование учебной дисциплины (модуля)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Обучающийся \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

фамилия, имя, отчество полностью

Обозначение курсового проекта (работы) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_\_\_\_

Срок представления проекта (работы) к защите «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Исходные данные для выполнения курсового проекта (работы)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| Содержание курсового проекта (работы) |
| Введение: |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Наименование и краткое содержание разделов: |
| 1 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 2 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Заключение: |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Перечень графического материала |
| 1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 4. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Руководитель проекта (работы) | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  подпись, дата | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  должность, И.О. Фамилия |
| Задание принял к исполнению | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  подпись, дата | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  И.О. Фамилия |

**Приложение Г**

**Перечень использованных информационных ресурсов**

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник. 3-е изд.- М.: Дашков и К, 2018. - 328 с.
2. Асланов Т. PR тексты. Как зацепить читателя. – СПб: Питер, 2017. - 176 с.
3. Асланов Т. Альфа – продавцы. Спецназ в отделе продаж. – Спб: Питер, 2017. - 192 с.
4. Бердников И.П., Стрижова А.Ф. PR – коммуникации. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. - 208 с.
5. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Юрайт, 2017. - 267 с.

…………

1. Финансово-экономическое развитие Coca-Cola [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://finance.rambler.ru/business/37493402-chistaya-pribyl-coca-cola-v-i-polugodiiupala-v Дата доступа: 18.11.2020
2. Coca-Colа в России [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.coca-colarussia.ru Дата доступа: 18.11.2020

и др.

Не менее 20 источников

