**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ**

**КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

**дисциплина «Теория и практика менеджмента в рекламе и PR»**

**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 по теории и практике менеджмента в рекламе и PR, 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 «Теория и практика менеджмента в рекламе и PR».

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 «Теория и практика менеджмента в рекламе и PR»

1. Роль и специфика менеджмента в деятельности современных организаций.

2. Планирование и организация деятельности службы рекламы и PR.

3. Управление деятельностью рекламно-коммуникационных агентств.

4. Организация работы службы рекламы и PR как функция

менеджмента.

5. Особенности организационных структур рекламных отделов на

предприятиях.

6. Особенности организационных структур PR отделов на

предприятиях.

7. Деятельность службы рекламы и PR торговой организации.

8. Организация деятельности службы рекламы и PR теле- радио

компании.

9. Информационное обеспечение отдела PR в управлении персоналом

(информационные каналы и источники информации).

10. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам

отдела связей с общественностью в управлении персоналом.

11. Организация деятельности PR-подразделений.

12. Функции отдела рекламы и PR в процессе формирования бренда.

13. Роль и значение деятельности отдела рекламы и PR при

формировании коммуникационной политики организации.

14. Роль и значение деятельности отдела рекламы и PR в процессе

продвижения продукции и/или услуг организации.

15. Роль и значение деятельности отдела рекламы и PR при

формировании корпоративной культуры организации.

16. Принципы работы отделов рекламы и PR со СМИ.

17. Функции отдела рекламы и PR в процессе формирования имиджа

организации.

18. Процесс взаимодействия отделов рекламы и PR с рекламными и PR агентствами.

19. Типы и принципы организации рекламных и коммуникационных

агентств как предприятий малого бизнеса.

20. Особенности деятельности зарубежных и отечественных

коммуникационных агентств.

21. Организационные структуры и услуги рекламных и PR агентств.

22. Персонал рекламных и PR агентств: критерии отбора и оплаты.

23. Менеджер по работе с клиентами в рекламном агентстве.

Особенности деятельности.

24. Рекламное агентство полного цикла: организационная структура и

предоставляемые услуги.

25. Формы оплаты услуг рекламных и PR-агентства

26. Планирование рекламно-коммуникационных кампаний организаций.

27. основы деятельности службы рекламы и PR

28. Специфика деятельности профессиональных рекламных и PR организаций в России и за рубежом.

29. Организация и проведение организационно-представительских и

специальных мероприятий отделом рекламы и PR.

30. Функции отделов рекламы и PR в процессе продвижения продукции

и/или услуг в сети Интернет.

**Рекомендуемая литература**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Количество |
| Л1.1 | Максимцов, М.М. | Менеджмент: учебник | Москва: Юнити-Дана, 2015 | ЭБС |
| Л1.2 | Маслова, Е.Л. | Менеджмент: учебник | Москва: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 | ЭБС |
| **Дополнительная литература** | | | | |
| Л2.1 | Герчикова, И.Н. | Менеджмент: учебник | Москва: Юнити-Дана, 2015 | ЭБС |
| Л2.2 | Ефимов, А.Н., Барикаев, Е.Н. | Менеджмент: практикум; учебное пособие | Москва: Юнити-Дана, 2015 | ЭБС |
| Л2.3 | Герчикова, И.Н. | Менеджмент: практикум; учебное пособие | Москва: Юнити-Дана, 2015 | ЭБС |
| Л2.4 | Юкаева, В.С. | Менеджмент: краткий курс; учебное пособие | Москва: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 | ЭБС |
| **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

