

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

КАФЕДРА «История и культурология»

**Методические указания**

по выполнению курсовой работы по дисциплине

«Теория и практика менеджмента в рекламной и PR-деятельности»

Ростов-на-Дону

2024

С Составитель: к.ф.н., доцент Подопригора А.С.

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Теория и практика менеджмента в рекламной и PR-деятельности». ДГТУ, г. Ростов-на-Дону, 2024 г.

В методических указаниях кратко изложены содержание и порядок выполнения курсовой работы.

Предназначено для обучающихся дневной, очно-заочной, заочной форм обучения для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль Реклама).

Ответственный за выпуск:

Зав. кафедрой (руководитель структурного подразделения, ответственного за реализацию ОПОП): канд. ист. наук, доцент Шишова Н.В.

© Издательский центр ДГТУ, 2024 г.

**Введение**

Курсовая работа представляет собой исследование по теории и практике менеджмента в рекламной и PR-деятельности, 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.

**Цель и задачи курсовой работы**

Курсовая работа – итоговый предэкзаменационный этап в изучении курса

«Теория и практика менеджмента в рекламной и PR-деятельности»

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 с информационными ресурсами, подготовку библиографии по избранной теме;
* организацию подготовки теоретической и практической части, защиты курсовой работы в соответствии с требованиями, предъявляемыми к структуре и содержанию.

**Тематика курсовой работы**

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 тему курсовой работы или помогает в определении темы, соответствующей интересам обучающегося, помогает в разработке или корректировке плана курсовой работы, рекомендует основные информационные ресурсы по теме (литературу, справочные материалы и др.), проводит консультации.

Работа должна сопровождаться периодической отчетностью обучающегося перед научным руководителем.

**Основные этапы подготовки курсовой работы:**

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

При подготовке курсовой работы следует изучить и использовать труды специалистов в области менеджмента, планирования и 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 В2В и В2С.

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

**Указания по выполнению разделов курсовой работы**

***1. Во Введение:***

**-** 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 анализа информационных ресурсов, который в итоге должен привести к выводу, что именно данная тема не изучена, или изучена недостаточно.

В формулировке цели обозначается конечный результат предпринимаемого исследования («куда вы должны прийти», «к чему следует стремиться»).

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 теоретической части*** курсовой работы дается 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 развития, дается анализ сложившейся практики в области формирования и функционирования корпоративных культур организаций в различных отраслях и сферах деятельности, анализируются и 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 Заключение*** в сжатой форме представляются основные выводы и результаты. Выводы должны отвечать поставленным задачам, количество выводов должно соответствовать количеству поставленных задач.

***5. Перечень использованных информационных ресурсов*** должен включать не менее 20 источников и составляется не в алфавитном порядке фамилий авторов и названия источников, а в порядке использования ссылок внизу страниц основного текста курсовой работы.

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

Структурный элемент «Приложение» должен иметь общую с остальной частью курсовой работы сквозную нумерацию страниц. Приложения обозначаются прописными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв: Ё, З, Й, О, Ч, Я, Ь, Ы, Ъ. Если в курсовой работе обучающегося одно приложение, оно обозначается как «Приложение А».

**Указания по выполнению графической части**

1. ***Иллюстративный материал***

Иллюстративный материал (рисунки, диаграммы, графики и т.д.) должны быть расположены как можно ближе к тексту документа. Иллюстративный материал может иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). Под рисунком размещают пояснительные данные, затем слово «Рисунок», номер рисунка и через тире – его наименование, по центру, без точки в конце. Рисунки, размеры которых больше формата А4, учитывают, как одна страница и помещают в приложения. Размер одной иллюстрации не должен превышать формата А3 (297×420 мм). Небольшие по размеру рисунки допускается размещать по горизонтали рядом друг с другом. При этом каждый рисунок должен иметь свой заголовок.

Пример:

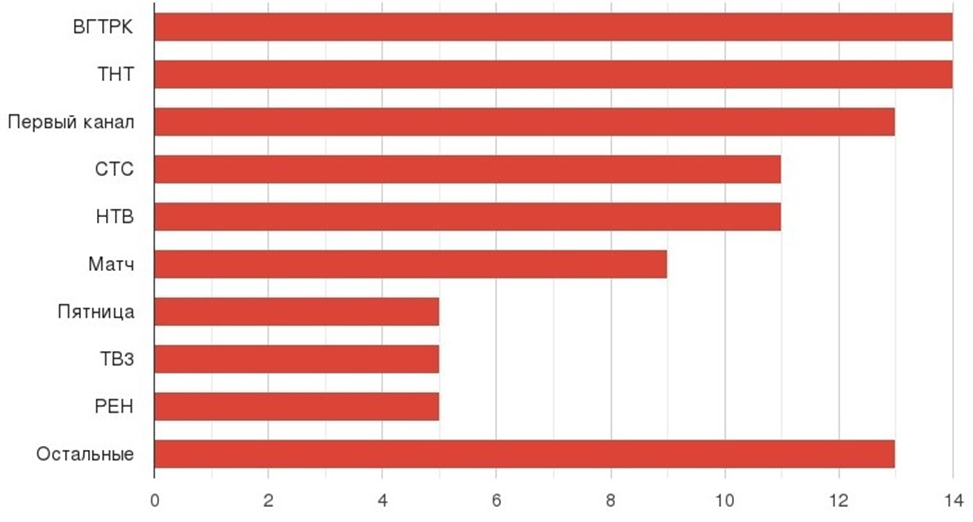


Рисунок 14 – Доли обязательных общедоступных телевещателей России в общей выручке сегмента в 2021 году

Диаграммы могут иметь поясняющие надписи, которые размещаются под диаграммой в виде подрисуночного текста или на свободном месте поля диаграммы.

***Таблицы.***

Табличную форму целесообразно применять, если различные показатели можно сгруппировать по какому-либо общему признаку, а каждый показатель имеет два и более значения.

Слева над таблицей, без абзацного отступа, размещают слово «Таблица», номер, без точки в конце. Наименование таблицы приводят при необходимости, его записывают с прописной буквы после номера, через тире, без точки в конце.

На все таблицы приводят ссылки в тексте работы или в приложении (если таблица приведена в приложении), при ссылке следует писать слово «таблица» полностью с указанием ее номера. Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают непосредственно после текста, в котором впервые дана ссылка на нее или на следующую страницу, а при необходимости, в приложении к работе.

Если объем таблицы больше одной страницы, то ее рекомендуется помещать в приложении. Тогда перед номером таблицы ставится обозначение приложения, которое отделяют точкой, например, Таблица А.2.

При делении таблицы на части слово «Таблица», ее номер и наименование помещают только над первой частью таблицы, над другими частями приводят слова «Продолжение таблицы Х», «Окончание таблицы Х» с указанием номера таблицы как в таблице 1.

Таблица 1 – Дополнительные виды деятельности телерадиокомпании

|  |  |
| --- | --- |
| Дополнительные виды деятельности: | |
| Код по ОКВЭД | Наименование |
| 43.21 | Производство электромонтажных работ |
| 58.14 | Издание журналов и периодических изданий |

Окончание таблицы 1 – Дополнительные виды деятельности

|  |  |
| --- | --- |
| 58.19 | Виды издательской деятельности прочие |
| 59.11 | Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ |
| 60.10 | Деятельность в области радиовещания |

***Ссылки.***

При необходимости дать информацию о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в работе информационном ресурсе (его составной части) приводят библиографическую ссылку. Библиографические сведения об этом ресурсе должны быть достаточны для его идентификации. Давать ссылку можно на все виды информационных ресурсов. В курсовой работе обучающийся применяет библиографические ссылки подстрочные, вынесенные из текста вниз полосы (в сноску). Ссылки оформляют 12 шрифтом.

Пример:

Сервис проверки контрагентов «Компаниум» / URL: <https://companium.ru/> (дата обращения 15.03.2024).

2 Рева В.Е. Управление репутацией: учебное пособие. Москва, 2022.- С. 110.

**Оформление курсовой работы**

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

4. Введение (2,5 стр.)

5. Теоретическая часть

п. 1.1(не менее 10 стр.)

п. 1.2 (не менее 10 стр.)

6. Практическая часть

п. 2.1 (не менее 5 стр.)

п. 2.2 (не менее 5 стр.)

7. Заключение (1,5 стр.)

8. Перечень использованных информационных ресурсов (не менее 20 источников)

9. Приложения

Курсовая работа проверяется обучающимся на «Антиплагиат» для проверки текстовых документов на наличие заимствований из открытых источников в сети Интернет и др. источниов. Оригинальность работы должна быть не менее 40 %. Распечатанный лист проверки на «Антиплагиат» прикрепляется обучающимся к распечатанному варианту курсовой работы.

**Рекомендуемые информационные ресурсы**

1. Адизес И. Управление в условиях кризиса: Как выжить и стать сильнее.- М.: Альпина Паблишер, 2021.- 158 с.
2. Алешина И. В. Public Relations для менеджеров и маркетеров.- М.: Гном-пресс, 2021.- 256 c.
3. Андреева О. Д. Технология бизнеса: Маркетинг: Учебное пособие.- М.: Инфра-М, НОРМА, 2019.- 224 с.
4. Антипов К. В.. Public Relations для коммерсантов: Учебно-практи-ческое пособие.- М.: Изд. Дом «Дашков и К», 2019.- 358 c.
5. Баландин А.С., Мишанин С.Н. Рекламное дело.- М.: ТВ, 2021.- 36 с.
6. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR.- М.: ФАИР-ПРЕСС, 2020.- 624 с.
7. Медведев П.М. Организация маркетинговой службы с нуля / П.М. Медведев – М.: Издательство Эксмо, 2020. – 224 с.
8. Поляков В.А., Романов А.А. Рекламный менеджмент. – М.: Курс, Инфра-М, 2024. – 352 с.
9. Рева В.Е. Управление репутацией: Учебное пособие, 3-е изд., стер.- М.: Дашков и К, 2022.- 136 с.
10. Рыжиков С.Н. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности. -

М.: КноРус, 2024. - 245 с.

11. Чернышева А. М. Управление продуктом: учебник / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 373 с.

|  |  |
| --- | --- |
| **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 А**

Примерная тематика курсовых работ

по дисциплине «Теория и практика менеджмента в рекламной и PR-деятельности»

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- радиокомпании.

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.

**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. | |

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

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

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

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

Дисциплина «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование учебной дисциплины (модуля)

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

Направление подготовки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

коднаименование направления подготовки/специальности

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

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

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

Обозначение курсовой работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

подпись, дата И.О. Фамилия

Курсовая работа защищена с оценкой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель 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 курсовой работы

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

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

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

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

наименование учебной дисциплины (модуля)

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

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

фамилия, имя, отчество полностью

Обозначение курсовой работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_\_\_\_

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

Исходные данные для выполнения курсовой работы

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

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

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

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

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