**Теория и практика связей с общественностью**

**ОПД.Ф.10**

#### Содержание

|  |  |
| --- | --- |
| Нормативные ссылки ……………………………………………………… | 4 |
| Введение …………………………………………………………………… | 5 |
| 1. Общие положения …………………………………………………….
 | 6 |
| 1. Тематика курсовых работ ……………………………………………
 | 7 |
| 1. Содержание курсовой работы ………………………………………
 | 8 |
| 1. Защита курсовой работы …………………………………………….
 | 12 |
| 1. Требования к оформлению курсовой работы ……………………..
 | 13 |
| 1. Правила использования цитат и оформления ссылок ………………..
 | 13 |
| Список литературы ……………………………………………………… | 15 |
| Приложение А (обязательное) Пример титульного листа курсовой работы ………………………………………………… | 20 |
| Приложение Б (обязательное) Форма задания на курсовое проектирование ……………………………………. | 21 |
| Приложение В (справочное) Примерная тематика курсовых работ……. | 22 |
| Приложение Г (справочное) Пример оформления реферата ………. | 23 |
| Приложение Д (справочное) Пример оформления содержания курсовой работы …………………........................... | 25 |

**Нормативные ссылки**

В настоящих методических указаниях использованы ссылки на следующие нормативные документы:

ГОСТ Р 1.5-2004 Стандарты. Общие требования к построению, изложению, оформлению, содержанию и обозначениям

ГОСТ Р 7.0.1-2003 СИБИД. Издания. Знак охраны авторского права. Общие требования и правила оформления

ГОСТ Р 7.0.5-2003 СИБИД. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления

ГОСТ 2.301-68. ЕСКД. Форматы

ГОСТ 7.9-95 СИБИД. Реферат и аннотация. Общие требования

ГОСТ 7.12-93 СИБИД. Библиографическая запись. Сокращения слов на русском языке. Общие требования и правила

ГОСТ 7.60-2003 СИБИД. Издания. Основные виды. Термины и определения

ГОСТ 7.82 – 2001 СИБИД. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления

Р-50-77-88 Рекомендации. ЕСКД. Правила выполнения диаграмм

ОК 015-94 Общероссийский классификатор единиц измерения

**Введение**

Курсовая работа по данной дисциплине предполагает отображение результатов применения на практике полученных в процессе обучения знаний.

Процесс курсового проектирования, ориентированный на данную дисциплину и на общепрофессиональные дисциплины, предназначен для планомерного, последовательного и эффективного формирования у студентов качеств, в наибольшей степени свойственных их будущей профессии.

От того, насколько продуманны темы курсовых работ, обеспечена их преемственность и связь с задачами конкретных предприятий, организованы консультирование и контроль, а также оформлена защита, зависит результативность обучения студентов, а значит и качество подготовки специалистов.

Методические указания предоставляют возможность студенту составить образ курсовой работы в целом, каждого раздела в отдельности, усвоить правила оформления текста и графики пояснительной части, а также элементов демонстрационной части курсовой работы.

Методические указания состоят из шести разделов. Первый, второй и третий разделы помогут студенту выбрать тему курсовой работы и уяснить то, что необходимо в ней отразить. Четвертый раздел содержит методические рекомендации для завершающей стадии курсового проектирования – защиты курсовой работы, пятый дает представление о требованиях стандартов, ГОСТов, шестой представляет собой перечень литературных источников, отражающий тематику теории и практики связей с общественностью.

Настоящие методические указания будут способствовать как улучшению качества курсового проектирования, так и повышению профессионального уровня подготовки специалистов в области связей с общественностью.

Курсовая работа выполняется в соответствии с ГОСТ Р.1.5, 7.0.1, Р 7.05, 2.301, 7.9, 7.12, 7.60, 7.82.

1. **Общие положения**

 1.1Учебным планом социально-гуманитарного факультета университета по специальности 030602 на третьем курсе (очной и заочной форм обучения) предусмотрено курсовое проектирование, результатом которого является написание и защита студентом курсовой работы.

1.2 Содержание курсовой работы и результаты ее защиты должны свидетельствовать о том, что студент в основном усвоил пройденный за время обучения материал по общепрофессиональным и иным дисциплинам и овладел практическими навыками в конкретной сфере, являющейся объектом его будущей профессиональной деятельности.

1.3 Курсовая работа разрабатывается студентом самостоятельно.

1.4Научное руководство за выполнением курсовой работы осуществляется руководителем, которого назначает заведующий кафедрой.

1.5 Курсовая работа выполняется в соответствии с заданием, которое разрабатывается и выдается руководителем работы каждому студенту.

1.6 Основной аналитический материал для выполнения курсовой работы студент должен сформировать в процессе предшествующей курсовому проектированию производственной практики после второго курса и в ходе преподавания данной дисциплины на первом и втором курсах.

1.7Перед началом курсового проектирования студент должен ознакомиться со всеми организационными вопросами, связанными с подготовкой и выполнением курсовой работы, порядком прохождения производственной практики, а также рационально распределить все время, отведенное для написания работы.

1.8Графики написания, сдачи и защиты курсовых работ составляются и утверждаются кафедрой.

1.9 Курсовая работа базируется на изучении законов, постановлений правительства, нормативных и методических материалов, литературных источников, а также на практическом материале, материале периодической печати, экспериментальных и статистических данных.

1.10 Студенты заочного отделения выполняют работу на материалах предприятий, где они работают или проходят практику.

1.11 Содержание работы следует иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, фотографиями, рисунками и другим подобным подтверждающим материалом; графическому материалу по тексту необходимо давать пояснения.

1.12 Выполненная студентом курсовая работа проверяется в срок до 10 дней преподавателем - руководителем работы, который дает письменное заключение по работе – отзыв.

1.13Студенту рекомендуется представить курсовую работу научному руководителю для предварительного рецензирования. В этом случае студент получает возможность доработать курсовую работу с учётом отмеченных в рецензии недостатков и упущений. Представление курсовой работы для предварительного рецензирования обязательным не является. Студент, желающий получить предварительную рецензию, должен сдать курсовую работу не на кафедру, а лично научному руководителю.

1.14При оценке работы учитывается содержание работы, ее актуальность, полнота и качество историографического раздела, степень самостоятельности, оригинальность выводов и предложений, качество используемого материала, а также уровень грамотности (общий и специальный). Одновременно рецензент отмечает ее положительные стороны и недостатки, а в случае надобности указывает, что надлежит доработать. Рецензия заканчивается выводом, может ли работа быть допущена к защите и какой оценки она заслуживает.

1.15Положения настоящих методических указаний рекомендуется применять в комплексе с требованиями «Сквозной программы практического обучения специальности 030602».

# Тематика курсовых работ

2.1 Студенту на выбор предоставляется примерная тематика курсовых работ.

2.2 Тема курсовой работы выбирается при участии преподавателя, научного руководителя работы. Она не должна совпадать с темами, закрепленными за другими студентами.

2.3 Тема курсовой работы разрабатывается студентом совместно с руководителем работы.

2.4 Основанием для выбора темы курсовой работы могут служить курсовые работы, выполненные студентом ранее, знания и навыки, полученные студентом при изучении специальной литературы и прохождении им производственной практики.

2.5 Курсовая работа выполняется по одному из следующих направлений:

- разработка;

- история изучения проблемы;

- совершенствование;

- исследование.

 2.6 Разработка может предполагать работу, связанную с вопросами теории средств массовой информации.

2.7 История изучения проблемы включает работу по изучению способов, форм и методов исследования проблем, связанных с развитием массовой информации.

2.8 Совершенствование предполагает формирование предложений, связанных с улучшением деятельности органов средств массовой информации.

2.9 Исследование предполагает проведение работ, связанных с получением, систематизацией и анализом информации по существующим или вновь разработанным методикам.

2.10 Примерная тематика курсовых работ дана в приложение Г.

1. **Содержание курсовой работы**

3.1 Курсовая работа в общем случае может состоять только из пояснительной или пояснительной и демонстрационной частей.

3.2Пояснительная частьпредставляет собой текстовый и графический материалы и включает следующие составляющие (в скобках указано рекомендуемое количество страниц) в их последовательности:

* титульный лист (1);
* задание на курсовое проектирование (1);
* реферат (1);
* содержание (1);
* нормативные ссылки (1);
* введение (3);
* основная часть (20 – 30);
* заключение (3);
* список использованных источников (1-2);
* приложения.

Титульный лист. Пример оформления титульного листа приведен в приложении (см. приложение А). Он должен включать: полное название министерства, учебного заведения, кафедры, тему курсовой работы, данные студента, научного руководителя, место и год выполнения работы.

Задание на курсовое проектирование.Пример оформления задания на курсовое проектирование приведен в приложении (см. приложение Б). Оно должно включать тему курсовой работы, содержание задания и перечень рекомендуемой литературы. Задание выдается студенту преподавателем под роспись для соблюдения всех сроков выполнения и сдачи работы на кафедру.

Реферат.Состоит из краткого описания курсовой работы (10 - 12 предложений), списка основных (до 15) терминов, употребляемых в тексте работы. Пример оформления реферата приведен в приложении В.

Содержание. Лист оглавления показывает структуру работы и определяет деление на главы и параграфы. Обозначаются: введение, главы, параграфы, список использованных источников и литературы, приложения. Все разделы обозначаются постранично. Заголовки оглавления должны точно повторять заголовки в тексте. Сокращать или давать их в другой формулировке, последовательности и соподчиненности по сравнению с заголовками в тексте нельзя.

Заголовки одинаковых ступеней рубрикации необходимо располагать друг под другом. Заголовки каждой последующей ступени смещают на три – пять знаков вправо по отношению к заголовкам предыдущей ступени. Все заголовки начинаются с прописной буквы, точка в конце не ставится.

В оглавлении необходимо указать номера страниц, на которых начинаются соответствующие структурные элементы курсовой работы. Пример оформления содержания курсовой работы приведен в приложении Д.

Введение. Содержит следующие элементы: актуальность избранной темы; хронологические и территориальные рамки исследования; краткое изложение истории изучения данного вопроса (историография); объект, предмет исследования; обоснование цели и задач работы; определяются также метод (или методы) исследования.

Под *актуальностью* *темы* подразумевается степень ее важности для решения данной проблемы, задачи или вопроса.

*Историография* включает краткий обзор литературы, представляющий собой очерк основных этапов и переломных периодов в развитии научной мысли по разрабатываемой проблеме. Обзор литературы по теме должен показать основное знакомство студента со специальной литературой, его умение систематизировать источники, критически их рассматривать, выделять существенное, оценивать сделанное ранее другими исследователями, определять главное в современном состоянии изученности темы. В обзоре литературы нужно особо подчеркнуть те вопросы, которые остались неразрешенными, и таким образом определить свое место в решении проблемы.

Иногда студент, не находя в доступной ему литературе необходимых сведений, берет на себя смелость утверждать, что именно ему принадлежит первое слово в описании изучаемого явления, однако позднее это не подтверждается. Такие ответственные выводы можно делать только после тщательного и всестороннего изучения литературных источников и консультаций со своим научным руководителем.

*Объект исследования* – это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения. Это та часть практики или научного знания, с которой студент имеет дело. После объекта формулируется *предмет исследования*, под которым понимается то, что находится в границах объекта. При формулировании предмета исследования следует знать, что он должен совпадать с темой исследования или по звучанию быть очень близок к ней.

Объект и предмет как категории научного процесса соотносятся между собой как общее и частное. В объекте выделяется та его часть, которая служит предметом исследования. Именно на него должно быть направлено внимание, именно предмет определяет тему курсовой работы, которая обозначается на титульном листе как её заглавие.

 На основе определения объекта и предмета исследования определяется его цель.

*Цель исследования* – это то, что в самом общем виде должно быть достигнуто в итоге работы над курсовой. Сформулированная цель исследования логически определяет его *задачи*, которые чаще всего выступают как частные, сравнительно самостоятельные цели в конкретных условиях. Задачи логически вытекают из общей цели и рассматриваются как основные этапы работы над курсовой. Чаще всего формулировки таких задач делаются в форме перечисления и нумеруются (маркируются). Формулировки задач исследования необходимо делать как можно точнее и тщательнее, так как описание их решения должно составить содержание глав работы. Из формулировок задач обычно формулируются и названия глав самой курсовой работы.

В конце вводной части желательно раскрыть структуру курсовой работы и обосновать последовательность её расположения.

Основная часть. Состоит из разделов, глав, параграфов. Разделы работы соответствуют обозначенным во введении задачам. Как правило, больших разделов или глав содержится в работе не больше трех, параграфов – не более четырех. В основной части раскрывается содержание работы. В ней содержатся теоретические положения, анализ приведенной информации, статистические данные. По каждому из обсуждаемых вопросов в конце каждого подраздела должны содержаться выводы. Все данные, которые приведены в работе из различных источников, должны иметь ссылку и быть оформлены сноской.

В главах рассматриваются и анализируются изучаемые явления и факты. Особое внимание обращается на их обработку и систематизацию.

В тексте глав основной части встречаются заголовки отдельных параграфов. Заголовок должен состоять по возможности из ключевых слов. Чаще всего такие слова отражают предмет, о котором идет речь, или дают общие характеристики этого предмета. Любой заголовок должен быть точен и краток. Однако чрезмерная краткость опасна, особенно однословные заголовки. В тех случаях, когда заголовок очень длинный и нужно четко передать содержащийся в нем смысл, вводят подзаголовок, который обычно заключается в круглые скобки.

Заключение. Содержит выводы, как по отдельным разделам работы, так и в целом. Задача заключения – подвести итог исследованию и определить, насколько поставленная цель была выполнена. Заключительная часть предполагает также наличие обобщенной итоговой оценки проделанной работы. При этом важно указать, в чем заключается ее главный смысл, какие важные побочные научные результаты получены, какие встают новые научные задачи в связи с проведенным исследованием. Заключение может включать в себя и практические предложения, что повышает ценность теоретического материала.

Список использованных источников. Располагается после текста и отражает самостоятельную творческую работу студента. Он должен иметь следующую структуру. Первым разделом размещаются источники: неопубликованные и опубликованные, затем монографии, коллективные научные работы, сборники научных статей, статьи в научных журналах, электронные ресурсы с полным указанием адреса.

Все списки используемых источников и рекомендуемой литературы формируются в порядке, упоминаемом в тексте работы, и выполняются в строгом соответствии с требованиями записи библиографии (ГОСТ 7.0.5).

Каждый включенный в такой список литературный источник должен иметь отражение в тексте курсовой работы. Не следует включать в список те работы, на которые нет ссылок в тексте курсовой. Не рекомендуется включать в список научно-популярные книги и газеты.

Приложения состоят из вспомогательных или дополнительных материалов. Приложения могут быть текстовые, графические, выполненные в форме таблиц и динамических рядов. Все формы приложений располагаются отдельно и имеют нумерацию в виде заглавных букв русского алфавита: приложение А, приложение Б и т.д.

3.3Демонстрационная часть курсовой работыпредназначенадля иллюстрации доклада во время защиты курсовой работы. Объем демонстрационной части определяется руководителем курсовой работы.

3.4.Язык и стиль курсовой работыпозволяет судить об общей культуре ее автора. Выработались определенные традиции научного языка. Для научного текста характерны смысловая законченность, целостность и связанность. Одна из отличительных черт научной лексики – специальная терминология. Научный термин – не просто слово, а выражение сущности данного явления.

Сугубо деловой и конкретный характер описания изучаемых явлений, фактов, процессов полностью исключает индивидуальные особенности слога, эмоциональность и изобразительность. Стиль письменной научной речи – безличный монолог. Поэтому изложение обычно ведется от третьего лица. Авторское «я» отступает на второй план. Лучше употреблять неопределенно – личные предложения:

*Вначале производят отбор…;*

формы изложения от третьего лица:

*Автор полагает…;*

использовать страдательный залог:

*Разработан комплексный подход к исследованию…*

Качествами, определяющими культуру научной речи, являются точность, ясность и краткость.

1. **Защита курсовой работы**

4.1 В целях выработки у студентов навыков публичных выступлений защита курсовых работ осуществляется в присутствии членов комиссии в рамках учебного времени на практических занятиях в группах.

4.2 Студент не допускается к защите курсовой работы, если:

- содержание курсовой работы не соответствует ее теме;

- в курсовой работе не раскрыты необходимые вопросы;

- работа переписана из одного источника либо её содержание представляет собой простое соединение больших фрагментов из нескольких источников;

- работа выполнена несамостоятельно, в частности, если студент «скачал» текст из Интернета;

- в курсовой работе отсутствуют сноски;

- студентом абсолютно не соблюдены перечисленные в данных методических указаниях требования к оформлению курсовой работы;

4.3 Структура доклада студента на защите курсовой работы:

– полное наименование темы курсовой работы;

– актуальность работы;

– цель и задачи курсовой работы;

* Краткое содержание использованных форм и методов исследований, использованных в работе;

– краткое содержание разделов и выводы по ним;

– общие выводы и их обоснование;

–практическая значимость результатов работы и пути совершенствова­ния.

4.4Элементы демонстрационной части располагаются в последовательности упоминания в докладе.

4.5 В процессе защиты студент должен строго придерживаться установленного регламента (не более 7 мин.), излагать текст доклада четко, ясно и лаконично, не допуская применения элементов нестандартной лексики. Ответы на вопросы должны быть короткими и предметными.

4.6 Оценка за курсовую работу выставляется по завершении процедуры защиты в закрытом заседании преподавателей и объявляется публично. Курсовая работа оценивается дифференцированно («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Оценки за курсовую работу вносятся в приложение к диплому об окончании вуза. Оценка выставляется с учётом качества выполненной работы и результатов её защиты.

4.7 Студенты, которые не написали курсовую работу, получили на защите неудовлетворительные оценки, не были допущены к защите либо не явились на защиту без уважительных причин, считаются имеющими академическую задолженность.

1. **Требования к оформлению курсовой работы**

5.1 Курсовая работа выполняется в печатном виде на белой бумаге форматом А-4 в соответствии с ГОСТ 2.301шрифтом Times New Roman, 14-м кеглем, полуторным интервалом. Поля страницы: верхнее – 20 мм, нижнее – 30 мм, правое, левое – 25 мм. Равнение по ширине. Абзацный отступ – 15 мм. Все заголовки печатаются по центру. Главы и параграфы начинаются с новой страницы и порядкового номера в соответствии с планом. Заголовки вопросов плана, другие названия структурных элементов курсовой работы печатаются прописными буквами, подзаголовки — строчными (шрифт 16 размера); точка в конце заголовка не ставится.

Работа должна содержать сквозную нумерацию, обозначаемую вверху страницы (по центру), титульный лист не нумеруется. Приложения (если они имеются) не входят в основное содержание работы и не имеют с ней сквозной нумерации. Приложения нумеруются отдельно без знака «№» и должны иметь тематические подзаголовки.

Сноски делаются внизу станицы, автоматически и печатаются 12-м шрифтом через 1 интервал.

5.2 Список использованных источников составляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5.

5.3 При оформлении работы следует учитывать требования ГОСТ, приведенных в разделе «Нормативные ссылки».

 **6**. **Правила использования цитат и оформления ссылок**

6.1 Цитата (прямое цитирование) должна сопровождаться ссылками (сносками) на источники. Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той же грамматической форме, что и в источнике. Цитирование должно быть полным, без произвольных сокращений и без искажений мысли автора. Пропуск слов, предложений, абзацев при цитировании допускается без искажения цитируемого текста и обозначается многоточием.

6.2 Ссылки помещаются в нижней части страницы под специальной чертой и нумеруются на каждой странице. В сноске указываются:

- фамилия и инициалы автора;

- название работы (без кавычек);

- место издания (без слова «город»);

- год издания (без слова «год»);

- номер страницы, на которой опубликована цитируемая мысль.

6.3 При непрямом цитировании (пересказе, изложении мыслей других авторов своими словами) следует предельно точно излагать мысль автора. Кавычки при этом не ставятся, однако ссылки на источники необходимы.

6.4 Цитирование не должно быть избыточным или недостаточным, оно должно быть оптимальным.

6.5 Если цитата полностью воспроизводит предложение цитируемого текста, то оно начинается с прописной буквы во всех случаях, кроме одного - когда эта цитата представляет собой часть предложения автора курсовой работы.

6.6 Если после ссылки вновь упоминается тот же источник, то во второй и следующих ссылках не следует повторять первую, а следует написать «Там же», поставить точку и указать страницу, откуда взята цитата.

6.7 Если одна и та же работа цитируется несколько раз, то полностью выходные данные источника выносятся в сноску только один раз при первой ссылке. В последующих ссылках указываются фамилия и инициалы автора цитируемой работы, ставится точка, далее пишется «Указ. соч.» и номер страницы. Подобное упрощение в ссылках невозможно, когда используется несколько работ одного и того же автора. В этом случае в последующих ссылках кроме фамилии и инициалов автора указывается название работы и номер страницы цитируемого источника.

6.8 При заимствовании цитат, использованных другим автором, необходимо указать в тексте курсовой работы автора подлинника. Ссылка при этом делается на работу, из которой заимствована цитата. Например: «Цит. по:……» (цитируется по), после чего даются полные выходные данные работы, по которой производится цитирование. Заимствования цитат следует избегать.

**Список литературы**

1. Абанкина Т.В. PR некоммерческой организации: теоретические основы современных PR-технологий и моделей коммуникации. М., 2000.
2. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. М.: ИКФ ЭКМОС, 2006.
3. Али М. Практический маркетинг и PR для малого бизнеса. СПб. 2004
4. Антипов К.В. , Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз для коммерсантов. М., 2000.
5. Аравина Т.И., Кузнецов Ю.Ю. Лоббизм: национальные образцы и степень социальной приемлемости. // Социс. 2000. - № 9.
6. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. М: Омега-Л, 2004.
7. Белов А. Теория и практика связей с общественностью. Ростов н/Д, 2005.
8. Блэк С. PR: международная практика. М., 2003.
9. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». СПб., 2004.
10. Бочаров А.Д., Чумиков Б.Г. Связи с общественностью. Теория и практика. М.: Дело, 2004.
11. Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб. пособие. М., 2003.
12. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2001.
13. Василенко И. Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт. М., 2006.
14. Гарольд Меклер. Власть и магия PR. М., 2002.
15. Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями. М., 2002.
16. Герасимюк Т., Соломович Т. Интернет как среда и инструмент реализации Паблик Рилейшнз //Маркетинг в России и за рубежом. 2001. - № 5.
17. Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. PR на 100 %. М., 2003
18. Грин Э. Креативность в паблик рилейшенз. СПб., 2004.
19. Гринберг Т. Политические технологии: PR и реклама. М., 2005
20. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. СПб.: Питер, 2006.
21. Демин В.,Пак Т. Организация работы пресс-служб – международные стандарты. Алматы: ОФ «Орден защиты свободной журналистики «FORPOST», 2005.
22. Джефкинс Ф. , Ядин Д. Паблик рилейшинз. М., 2003.
23. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение. М., 1999.
24. Игнатьев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public relations. М., 2004.
25. Исследование как фундамент PR–кампании. Зачем нужен анализ микросреды деловой структуры? // Советник. 2002. №12(72).
26. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшенз. Теория и практика. М.: Вильямс, 2001.
27. Катлип С.М., Сентер Ален Х., Брум Г.М. Паблик рилейшенз. Теория и практика. М. 2001.
28. Комаровский В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении. М.: РАГС, 2001.
29. Коммуникация в современном мире, под ред. Тулупова В.В*.* // материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 2006. Воронеж.
30. Королько В. Основы паблик рилейшенз. Минск. 2000.
31. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М.: Релф-бук, Киев.: Ваклер, 2001.
32. Любимов А. Институт лоббирования требует правового регулирования// Российская юстиция. 2001.
33. Минаев А.М. Интернет как инструмент продвижения проектов. М., 2001.
34. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. Часть 1. М., 2008.
35. Ньюсом Даг, Терк Джуди Ван Слайк, Крукеберг Дин. Все о PR.Теория и практика паблик рилейшнз. М., 2001.
36. Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб., 2003.
37. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Изд. дом «Питер», 2003. (Электронная версия)
38. Панасюк А.В. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. М., 2001.
39. Пашенцев Е.Н. PR от бизнеса до политики. М., 2002.
40. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. М.: Финпресс 2000.
41. Пашенцев Е.Н. Связи с общественностью: мировая практика и современная Россия. М., 2000.
42. Плетнев Е.А*.* Роль связей с общественностью в государственной системе России // Сборник статей «Интернет и современное общество», 2006.
43. Политический консультант в российских избирательных компаниях /Под редакцией Е.В. Егоровой-Гантман и И.Е. Минтусова. М., 2003
44. Политология. Учеб. пособие, под ред. Василика М.А.. СПб., 2000.
45. Положение об отделе по связям с общественностью администрации г. Реутова Моск. обл.. Утверждено Постановлением Главы города от 21.07.2003. № 590.
46. Почепцов Г.Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов. Киев, 2000.
47. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии. М., 2003.
48. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М., 2001.
49. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшенз для профессионалов. М., 2002.
50. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М.: 2003.
51. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: Рефл-Бук, К: Ваклер, 2000.
52. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М: Дело, 2002.
53. PR-технологии оптовой фармацевтической компании // Практический маркетинг. 2002. № 3.
54. Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. СПб: Издат. Михайлова В.А., 2006.
55. Санаев А. Выборы в России. Как это делается. М: Ось-89, 2005.
56. Санаев А. Русский пиар в бизнесе и политике. М.: Ось-89, 2005.
57. Синяева И.М. Связи с общественностью в коммерческой деятельности. М., 2003.
58. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. М., 2001.
59. Уткин Э. А., Баяндаев В.В. Управление связями с общественностью. М., 2001.
60. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб., 2003.
61. Харрисон Ш. Связи с общественностью. СПб., 2000.
62. Хенслоу Ф. Паблик Рилейшнз. СПб., 2003.
63. Хенслоу Ф. Практическое руководство по Паблик Рилейшнз. СПб., 2003.
64. Честара Д. Паблик рилейшнз. – М., 1999.
65. Чумиков А.Н. Креативные технологии «паблик рилейшнз». М., 2004.
66. Чумиков А.Н. Связи с общественностью, М.: Дело, 2000.
67. Щебуняев А. PR-подразделение в органах государственного управления, 2007.
68. Яковлев И. Паблик рилейшнз в организациях. СПб., 2002.
69. Абрамова Е. Подготовка PR-компании, [www.director-info.ru](http://www.director-info.ru), 12.05.2007.
70. Афинский кодекс, [www.image-contact.ru](http://www.image-contact.ru), 2007.
71. Борисов А. Это бранное слово «пиар», <http://www.e-xecutive.ru/publications/specialization/article_2233/>, 02.04.2004.
72. Владимирская В. Профессиональный государственный public relations - это..., <http://www.prclub.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=9&Itemi>, 22.12.2006.
73. Громова Т.Н. Государственная коммуникация: теоретическая модель и региональная практика // сборник статей «Теория коммуникации & прикладная коммуникация», <http://www.russcomm.ru/rca_biblio/g/gromova01.shtml>, 2002, №1.
74. Долгих Ян. Тайный Советник, <http://kariera.idr.ru/items/?item=360>, 12.04.2007.
75. Игнатьев Д.И., Бекетов А.В. Энциклопедия PR от поколения P-Next, <http://www.real-voice.info/modules/myarticles/article.php?storyid=220>, 12.05.2007.
76. Ильинский C.Энциклопедический словарь PR и рекламы, <http://www.franklang.ru/Sl_I.htm>, 2002.
77. Крайнов К. PR по-русски, <http://www.klerk.ru/persona/?71568>, 23.03.2007г.
78. Общественное мнение или PR, <http://www.ronl.ru/zhurnalistika_i_pr/8048.htm>, 14.05.2007.
79. Папкова Н., Кузьмина В. ПР-подразделение в государственной организации: структура, особенности функционирования, взаимодействие профессиональными ПР-агенствами, <http://pr-сlub.com/PR_Lib/GovPR.shtml>, 2007.
80. Пиар умер. Да здравствует пиар?,<http://lib.indi.ru/lenta/?papers_id=20060622150728>, 22.06.2006,
81. Радкевич *С.* Имидж — ничто? // ж-л «РМ», <http://subscribe.ru/archive/state.politics.newsnikkolom/200704/03180908.html>, февраль 2007. № 2(2).
82. Роль связей с общественностью в продвижении кампании «Samsung Electroniks» на российский рынок: Электронный источник: http:||www.pr-club.com|PR\_Lib|PR\_Rabots.shtml
83. PR, креатив, реклама и технологии или инструменты, приемы и стратегии, 31.01.2007, <http://www.advertology.ru/index.php?name=News&file=article&sid=41646>
84. Соколоверов А. Оnline-конференция, [www.salespro.ru/online/show/34](http://www.salespro.ru/online/show/34), 05.03.2007.
85. Терехов А. PR-специалист: тайный рупор компании // ж-л «Куда пойти учиться», <http://www.ucheba.ru/vuz-article/3353.html>, 14.05.2007.
86. Фефелова О. Пресс-служба сегодня // Альманах «Лаборатория рекламы, маркетинга и PR» <http://www.adbusiness.ru/content/document_r_B537A7CF-E678-4007-AAB1-85EB0DD10E99.html>, № 6, 2004.
87. Филиппов В. Структура PR-служб //Альманах «Лаборатория рекламы, маркетинга и PR», <http://www.proreklamu.com/content/view/4773/78/>, 13. 04. 2007г.

**Приложение А**

 (обязательное)

**Пример титульного листа курсовой работы**

Министерство образования и науки Российской Федерации

ГОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет» (КубГТУ)

Социально-гуманитарный факультет

Кафедра истории и социальных коммуникаций

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью»

на тему: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Выполнил(а) студент(ка) группы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

Допущена к защите \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель (нормоконтролер) работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись, дата, расшифровка подписи)

Защищена \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Оценка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (дата)

Члены комиссии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

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

Краснодар

2011

**Приложение Б**

(обязательное)

**Форма задания на курсовое проектирование**

Министерство образования и науки Российской Федерации

ГОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет» (КубГТУ)

Социально-гуманитарный факультет

Кафедра истории и социальных коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

**ЗАДАНИЕ**

на курсовое проектирование

Студенту \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_группы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

факультета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

специальности \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (код и наименование специальности)

Тема работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Содержание задания \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рекомендуемая литература:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

Срок выполнения: с «\_\_» \_\_\_\_\_\_ по «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_г.

Срок защиты: «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_г.

Дата выдачи задания: «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_г.

Дата сдачи работы на кафедру «\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

Руководитель работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись)

Задание принял студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись)

**Приложение В**

(статус)

**Форма реферата**

 Курсовая работа содержит 46 стр., 2 главы, 10 источников.

 PR–кампания, Компания, Эффективность, Модель оценки, Предприятие, Кризис, Экология, Имидж, Программа, Антикризисные Мероприятия, Акция.

 Предмет: анализ и оценка эффективности PR–кампании.

Объект исследования: PR-кампания.

 Цель работы: выявить проблемы оценки эффективности PR, в первую очередь PR–кампаний, и пути их преодоления, а также рациональные модели, методы и приемы.

Основной метод исследования: анализ теоретического и фактического материала.

В результате работы выявлено: существуют различные научные модели оценки результатов PR–кампаний, однако они несовершенны и мало применяются на практике, а эффективность PR обычно оценивается по выполнению поставленной задачи.

Практическая значимость: данные маркетинга можно использовать для создания бизнеса и разработки антикризисной программы или мероприятия.

**Приложение Д**

(справочное)

**ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

**Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| Задание на курсовое проектирование…………………………………….. | 3 |
| Реферат……………………………………………………………………… | 4 |
| Нормативные ссылки………………………………………………………. | 5 |
| Введение……………………………………………………………………. | 6 |
| 1 Теоретические аспекты деятельности PR-подразделения…………….. | 9 |
|  1.1 PR-подразделение: структура, функции, задачи………………….. | 9 |
|  1.2 Особенности функционирования PR-подразделения……………... | 12 |
| 2 Работа PR-подразделения с привлечением PR-агентств………………. | 16 |
|  2.1 Плюсы и минусы взаимодействия PR- подразделения и PR-агентств……………………………………………………………………... | 16 |
|  2.2 Методика сотрудничества PR- подразделения и PR- агентств…… | 21 |
| 3 Практический анализ деятельности PR-подразделения в ЗАО «Сыркомбинат «Калининский»…………………………………………... | 25 |
|  3.1 История создания и развития PR-подразделения в ЗАО «Сыркомбинат « Калининский»…………………………………………... | 29 |
|  3.2 Специальные мероприятия проводимые PR-подразделением в ЗАО «Сыркомбинат « Калининский»…………………………………….. | 33 |
| Заключение…………………………………………………………………. | 37 |
| Список используемых источников………………………………………... | 39 |
| Приложения | 41 |