

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Кафедра менеджмента

**«УТВЕРЖДЕНА**  
кафедрой менеджмента  
Протокол от «27» декабря 2021 г.  
№ 6

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**Курсовой проект по рекламе  
(Б1.В.02)  
КПпоР**

*краткое наименование дисциплины*

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной  
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора - 2021

Новосибирск, 2021

**Автор – составитель:**

доцент кафедры менеджмента      Белая Елена Александровна

доцент кафедры менеджмента      Бондаренко Ирина Викторовна

преподаватель кафедры менеджмента      Иванова Марина Владимировна

доцент кафедры менеджмента      Матюнин Владимир Михайлович

заведующий кафедрой менеджмента      Симагина Ольга Владимировна

доцент кафедры менеджмента      Филиппов Дмитрий Викторович

Заведующий кафедрой менеджмента:

доктор экономических наук, доцент

Симагина Ольга Владимировна

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....	8
3. Содержание и структура дисциплины.....	8
Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	17
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	17
7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	18

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

1.1. Б1.В.02 «Курсовой проект по рекламе» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1.

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код этапа освоения компетенции</b>	<b>Наименование этапа освоения компетенции</b>
ПКс-1	Способность создавать и редактировать контент информационных ресурсов	ПКс-1.7	Способность использовать аудиовизуальное искусство в современных медиа
ПКс - 2	Способность корректно выбирать и правильно использовать необходимые инструменты продвижения продукта	ПКс-2.5	Владение инструментами SMM и SEO – продвижения, использование их в проекте
ПКс - 3	Способность к ведению и модерированию коммуникационных процессов в медиа-пространстве	ПКс-3.6	Способность проектировать рекламную деятельность конкретной компании
ПКс - 4	Способность к организации и управлению коммуникационной деятельностью компании	ПКс – 4.3	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных агентств, пресс-служб и служб по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, в том числе в направлении консалтинга.
ПКс - 5	Способность использовать личные ресурсы для достижения поставленных профессиональных целей	ПКс – 5.5	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и навыков самоорганизации.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Создание и редактирование информационных ресурсов	ПКс-1.7	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– специфика каждого из средств массовой информации и коммуникации;</li> <li>– способы разработки контент-плана и критерии эффективности осуществления продаж.</li> </ul> <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работы с контент-планом;</li> <li>– разработки контента, соответствующего поставленным задачам;</li> </ul> <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работы с графическим редактором;</li> <li>– работы с видео-редактором;</li> <li>– работы с аудиовизуальными средствами;</li> <li>– использования технологии сторителлинга для решения маркетинговых задач;</li> <li>– формирования контент-плана.</li> </ul>
Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-2.5	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– видов рекламной коммуникации;</li> <li>– основных каналов продвижения;</li> <li>– основ работы с блогерами, социальными сетями;</li> <li>– законов режиссуры;</li> </ul> <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– устанавливать связь компании и государства;</li> <li>– управлять рекламными кампаниями;</li> <li>– подготовки рекламного медиа-продукта;</li> <li>– применять знания о взаимодействии бизнеса с органами власти;</li> </ul> <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– продвижения через социальные сети;</li> <li>– продвижения через оптимизацию поисковых систем;</li> <li>– продюсирования медиа-проектов;</li> <li>– работы с различными инструментами продвижения в рамках компании;</li> <li>– прогнозирования эффектов и социальных последствий принятия профессиональных решений;</li> <li>– работы с технологией продакт плейсмент;</li> <li>– разработки плана продвижения продукта.</li> </ul>
Создание и редактирование информационных ресурсов	ПКс-3.6	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретических основ деловых коммуникаций;</li> <li>– технологии делового взаимодействия;</li> </ul>

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
		<ul style="list-style-type: none"> <li>– принципов деловой этики;</li> <li>– особенностей взаимодействия в медиа-пространстве;</li> </ul> <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работы с сообществами в социальных медиа;</li> <li>– эффективно планировать и реализовывать устные и письменные деловые коммуникации;</li> <li>– отстаивать позицию в ходе переговоров;</li> </ul> <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– устных и письменных деловых коммуникаций;</li> <li>– коммуникации в медиа-пространстве;</li> </ul>
Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс – 4.3	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– приемов создания и управления брендом;</li> <li>– знание об оптимальных способах решения задач по формированию и управлению имиджем;</li> <li>– методики планирования кампаний по рекламе и связям с общественностью и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия по данным направлениям;</li> <li>– организационные формы и структуры рекламных агентств;</li> <li>– основ проектного менеджмента;</li> </ul> <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять контроль за деятельностью персонала и организации;</li> <li>– применять на практике методы создания и управления брендом;</li> <li>– выбирать оптимальные способы решения задач по формированию и управлению имиджем;</li> <li>– осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления;</li> </ul> <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организации и управления коммуникационными процессами;</li> <li>– использования основных организационных форм коммуникации и методов взаимодействия организации с целевой аудиторией и персоналом;</li> <li>– планирования и проведения кампаний по формированию и управлению брендом;</li> <li>– планирования и проведения имиджевых кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> </ul>

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
		<ul style="list-style-type: none"> <li>– привлечения ресурсов в организацию посредством краудсорсинга и краудфандинга;</li> <li>– эффективного распределения ресурсов для создания и реализации проекта.</li> </ul>
Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс – 5.5	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основных результатов новейших исследований по проблемам менеджмента;</li> <li>– основных функций и приемов самоменеджмента;</li> <li>– методов и средств познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, компетентности;</li> <li>– теоретических и методических основ актерского мастерства в соответствии со специализацией;</li> <li>– способы устранения зажимов и напряжения в процессе работы;</li> <li>– реальные условия художественно-производственного процесса в театре, кино, на телевидении, эстраде;</li> </ul> <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рационально структурировать и организовывать рабочее и личное время;</li> <li>– формировать и эффективно позиционировать собственные лидерские качества;</li> <li>– создавать художественные образы актерскими средствами на основе замысла постановщиков;</li> <li>– общаться со зрительской аудиторией;</li> <li>– проявлять творческую инициативу;</li> <li>– самостоятельно проводить работу над своими качествами;</li> </ul> <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теорией и практикой актерского анализа и сценического воплощения роли;</li> <li>– импровизации в процессе работы над ролью;</li> <li>– владения методами распределения времени и расстановки приоритетов при решении сложных профессиональных задач;</li> <li>– работы над собой, своими профессиональными качествами;</li> <li>– способностью к практической деятельности по самоорганизации и самообразованию;</li> <li>– использования личных ресурсов для достижения профессиональных задач.</li> </ul>

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины 1 зачетная единица.

Из общего объема 36 часов на контактную работу студентов с преподавателем выделено 2 час (2 час. – практических занятий) и 34 часа на самостоятельную работу обучающихся очной формы обучения.

Из общего объема 36 часов на контактную работу студентов с преподавателем выделено 2 часа (2 часа – практических занятий) и 30 часов на самостоятельную работу обучающихся заочной формы обучения.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом установлен зачет с оценкой.

### Место дисциплины

Б1.В.02 «Курсовой проект по рекламе» осваивается в соответствии с учебным планом студентами 3 курса в 5 семестре очной формы обучения, 3 курса в 6 семестре заочной формы обучения.

## 3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Определение тематики проекта, постановка целей и задач	12			1		11	О
Тема 2	Планирование и организация исследовательской работы	12			1		11	О
Тема 3	Оформление и презентация результатов исследования	12					12	О
Промежуточная аттестация								<b>Зачет с оценкой</b>
<b>Всего:</b>		<b>36</b>			<b>2</b>		<b>34</b>	

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Определение тематики проекта, постановка целей и задач	12			1		10	О
Тема 2	Планирование и организация исследовательской работы	12			1		10	О



№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 3	Оформление и презентация результатов исследования	12					10	О
Промежуточная аттестация								<b>Зачет с оценкой</b>
<b>Всего:</b>		<b>36</b>			<b>2</b>		<b>30</b>	

## Содержание дисциплины

### Тема 1. Определение тематики проекта, постановка целей и задач.

Задачи профессиональной деятельности в области рекламы. Выбор предмета исследования – проблемных областей в сфере продвижения товаров, услуг, работ СИУ РАНХиГС и его организаций-партнеров. Формулировка цели и задач проекта, определение объекта. Поисковый характер формирования рекламного продукта и стратегии. Обоснование выбора методов проведения исследования.

### Тема 2. Планирование и организация исследовательской работы.

Формирование структуры работы, планирование основных этапов исследования. Выбор источников, подбор критериев оценки исследовательских результатов. Бенчмаркинг как методический подход. Взаимосвязь аналитической и прикладной части исследования. Сбор эмпирических данных. Аналитический подход к эмпирическому материалу.

### Тема 3. Оформление и презентация результатов исследования.

Оформление исследовательских выводов, формулирование заключения по итогам проведенного эмпирического исследования. Особенности оформления курсовых проектов, особенности оформления заимствованных частей. Подготовка доклада по итогам проделанной исследовательской работы. Правила презентации результатов исследования.

## 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

### 4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации Б1.В.02 «Курсовой проект по рекламе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Определение тематики проекта, постановка целей и задач	Опрос
Тема 2. Планирование и организация исследовательской работы	Опрос

Тема 3. Оформление и презентация результатов исследования	Опрос
---	-------

**4.1.2.** Зачет с оценкой проводится в устной форме.

#### **4.2 Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

##### **Типовые оценочные материалы по теме 1. Определение тематики проекта, постановка целей и задач**

###### **Вопросы для опроса и обсуждения**

- Как определяется тематика проекта?
- Что включает в себя научный аппарат исследовательской работы?
- На каком основании отбираются исследовательские методы?
- Каким образом вы выбрали предмет исследования – продукт, услугу или работу для ее продвижения?

###### **Задание для самостоятельной работы:**

1. Определить и сформулировать эмпирическую задачу.
2. Выделить объект и предмет исследования.
3. Проанализировать основные методологические подходы к решению исследовательской проблемы.
4. Сформулировать тему курсового проекта.

##### **Типовые оценочные материалы по теме 2. Планирование и организация исследовательской работы**

###### **Вопросы для опроса и обсуждения**

- Какие этапы выделяются в исследовательской работе?
- Как формируется структура курсового проекта?
- Каким образом подбираются источники исследования и как они верифицируются?
- Как методы продвижения будут зависеть от предмета исследования?

###### **Задание для самостоятельной работы:**

1. Подобрать литературу по теме курсового проекта.
2. Определить эмпирическую базу исследования.
3. Сформулировать основные критерии оценки исследовательских результатов.

##### **Типовые оценочные материалы по теме 3. Оформление и презентация результатов исследования**

###### **Вопросы для опроса и обсуждения**

- Каковы основные требования к оформлению курсового проекта?
- Что необходимо отразить в теоретической части исследования?
- Как формируется заключение в курсовом проекте?
- Каким образом представляются результаты исследовательской деятельности?

###### **Задание для самостоятельной работы:**

1. Проанализировать эмпирические данные с точки зрения соответствия теоретическим выводам.
2. Сформулировать заключение по итогам теоретического и практического исследования.
3. Подготовить доклад-презентацию курсового проекта.

#### **4.3. Оценочные средства промежуточной аттестации.**

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции

ПКс-1	Способность создавать и редактировать контент информационных ресурсов	ПКс-1.7	Способность использовать аудиовизуальное искусство в современных медиа
ПКс - 2	Способность корректно выбирать и правильно использовать необходимые инструменты продвижения продукта	ПКс-2.5	Владение инструментами SMM и SEO – продвижения, использование их в проекте
ПКс - 3	Способность к ведению и модерированию коммуникационных процессов в медиа-пространстве	ПКс-3.6	Способность проектировать рекламную деятельность конкретной компании
ПКс - 4	Способность к организации и управлению коммуникационной деятельностью компании	ПКс – 4.3	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных агентств, пресс-служб и служб по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, в том числе в направлении консалтинга.
ПКс - 5	Способность использовать личные ресурсы для достижения поставленных профессиональных целей	ПКс – 5.5	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и навыков самоорганизации.

Таблица 6

<b>Этап освоения компетенции</b>	<b>Показатель оценивания</b>	<b>Критерий оценивания</b>
ПКс – 1.7. Способность использовать аудиовизуальное искусство в современных медиа	Владеет знаниями об особенностях аудиовизуального искусства, способен использовать его в профессиональной деятельности	Демонстрирует знания, как и из чего сложился мир современных аудиовизуальных медиа, специфики языка современного медиа-искусства, демонстрирует их в решении профессиональных задач. Полученные знания

		отражены в курсовом проекте.
ПКс – 2.5. Владение инструментами SMM и SEO – продвижения, использование их в проекте	Способен использовать инструменты SMM-продвижения и SEO-продвижения для решения профессиональных задач	Использует инструменты продвижения в социальных сетях и оптимизации под поисковые системы в рамках профессиональной деятельности и подготовки курсового проекта
ПКс – 3.6. Способность проектировать рекламную деятельность конкретной компании	В ходе создания курсового проекта способен использовать знания коммуникационных процессов в медиа-пространстве	Использует знания коммуникационных процессов в медиа-пространстве для создания курсового проекта.
ПКс-4.3 Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных агентств, пресс-служб и служб по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, в том числе в направлении консалтинга.	Способен решать управленческие задачи в организации работы рекламных агентств, служб по связям с общественностью и пресс-служб, современные технологии консалтинга для эффективного функционирования медиакоммуникационных систем. Способен планировать мероприятия по повышению имиджа организации.	Демонстрирует знание основных принципов управления PR служб и пресс-служб, рекламным агентством, знание приемов создания и управления имиджем. Показал знания приемов и методов консалтинга в связях с общественностью.
ПКс – 5.5. Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и навыков самоорганизации.	Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и навыков самоорганизации.	Демонстрирует способность и готовность применять полученные знания для подготовки курсового проекта.

**На зачете с оценкой студенты представляют курсовой проект по рекламе.**

**Проект должен включать в себя:**

Курсовая работа (проект) может быть выполнена несколькими студентами (иметь групповой характер), в том случае, если так установлено в образовательной программе.

Примерная тематика курсовых работ (проектов) определяется кафедрой. Студент имеет право выбора темы курсовой работы (проекта) из примерной тематики, а также может предложить свою тему, обосновав целесообразность ее выполнения. Для выбора

темы курсовой работы (проекта) студент подает заявление на имя заведующего кафедрой. Закрепление за студентом темы курсовой работы (проекта) и назначение научного руководителя курсовой работы (проекта) утверждается распоряжением заведующего кафедрой. Изменение или уточнение темы курсовой работы (проекта) после издания распоряжения возможно при наличии согласия руководителя курсовой работы (проекта) или по инициативе руководителя курсовой работы (проекта). Научный руководитель курсовой работы (проекта): оказывает консультационную помощь студенту при подготовке плана курсовой работы (проекта); содействует в подборе студентом литературы, нормативного и (или) эмпирического материала; консультирует студента в выборе методики исследования; осуществляет систематический контроль этапов выполнения студентом курсовой работы (проекта); дает квалифицированные рекомендации по содержанию курсовой работы (проекта); производит оценку качества выполнения курсовой работы в соответствии требованиями, установленными настоящими Методическими рекомендациями и распорядительным актом структурного подразделения (при наличии); готовит рецензию на курсовую работу (проект).

Порядок подготовки студентом курсовой работы (проекта) включает в себя следующие этапы:

- выбор темы курсовой работы (проекта);
- составление плана курсовой работы (проекта);
- поиск и обработка источников информации;
- подготовка и оформление текста курсовой работы (проекта);
- представление курсовой работы (проекта) научному руководителю курсовой работы (проекта);
- защита курсовой работы (проекта).

Защита курсовой работы проводится в форме публичного выступления студента. Защита курсовой работы состоит из доклада студента(ов) по теме курсовой работы и ответов студента(ов) на вопросы преподавателей.

Структура курсовой работы (проекта) включает в себя следующие основные элементы в порядке их расположения: |

- титульный лист;
- оглавление;
- обозначения и сокращения (при наличии);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения (при наличии).

Титульный лист является первой страницей курсовой работы (проекта) и оформляется по установленной форме.

В оглавлении перечисляются: введение, основная часть (как правило, 2-3 раздела (главы) и подразделы (параграфы) курсовой работы (проекта)), заключение, библиографический |список, приложения (при наличии).

В структурном элементе «Обозначения и сокращения» приводится перечень особых (не общепринятых) сокращений слов и наименований, использованных в курсовой работе (проекте).

Во введении определяются объект, предмет, цели, задачи и методика исследования, обосновывается актуальность темы исследования, степень ее разработки, а также место и значение в соответствующей области науки или практики, дается анализ источников и литературы. Любое научное исследование начинается с определения (постановки) проблемы: теоретического или практического вопроса, ответ на который вам не известен и на который нужно ответить.

Определение объекта и предмета исследования – довольно сложная задача даже для опытного исследователя. Следует помнить, что объект и предмет исследования – это не равнозначные понятия. Объект – это та объективная сфера социальной реальности, которая существует независимо от нас и на которую направлено внимание исследователя. Объект – это «актуальное поле исследования» в котором и должен разобраться исследователь. Предмет – это тот специфический угол зрения, под которым мы рассматриваем изучаемый объект. Предмет – это совокупность эмпирических описаний, дающих нам возможное видение объекта. Предмет – это то, относительно чего мы хотим получить новое знание. Предмет должен быть отражён уже в самой теме исследования. Предмет – это некая идеальная модель объекта. Итак, если объект исследования отвечает на вопрос: «что рассматриваем?», то предмет исследования отвечает на вопрос: «как рассматривается объект?», «какие новые отношения свойства, аспекты и функции объекта раскрывает данное исследование?».

Цель исследования. Какой результат исследователь намерен получить, каким он его видит? Цель исследования может быть связана либо с выявлением каких-либо закономерностей, связей объекта, либо с разработкой методических рекомендаций по разрешению проблемы исследования.

Задачи исследования должны соответствовать проблеме и предмету исследования. Обычно формулируются три-четыре задачи, выдвижение и решение которых позволяет добиться поставленной цели.

Основная часть. В основной части работы излагается материал исследования, решаются цели и задачи, поставленные во введении. Содержание работы должно соответствовать и раскрывать тему курсовой работы. Она делится на теоретическую и практическую (экспериментальную). Каждая из них должна состоять из глав, которые подразделяются на параграфы.

В теоретической части на основе изучения литературных источников отечественных и зарубежных авторов рассматривается сущность исследуемой проблемы, анализируются различные подходы к решению, излагается собственная позиция автора.

Практическая часть носит аналитический характер. В ней дается анализ изучаемой проблемы на примере конкретных регионов, предприятий (организаций) и т.д.

При оформлении научно-справочного аппарата требуется выдерживать единообразие сносок (ссылок). Название книг дается по титульному листу. В ссылках на материалы периодических изданий снимаются кавычки в их названиях. Ссылки обозначаются номерами, которые указываются под чертой в нижней части страницы (в подстрочнике). При цитировании должна быть обеспечена гарантия неизменности передачи смысла источника. Цитата должна слово в слово, буква в букву, в знак препинания следовать источнику. Однако из этого есть несколько исключений: можно опустить одно или несколько слов или предложений, если мысль автора цитаты не искажается. Такое цитирование имеет отточия на местах пропущенных слов; выделяются в кавычках главные слова, но в конце ставится многоточие; изменяется падеж слов в цитате, когда цитируются

слова или словосочетания, цитаты, начинающиеся со строчной буквы, если первые слова стоят в начале предложения и некоторые другие.

**Заключение.** Заключение - самостоятельная часть курсовой работы (проекта), не должно содержать дублирование содержания основной части. В заключении подводятся итоги теоретической и практической разработки темы, предлагаются обобщения и выводы по теме курсовой работы. Его объем – 1,5 - 2 стр.

Библиографический список должен включать изученные и использованные в курсовой работе (проекте) источники и литературу. Этот список помещается в конце работы, после Заключения, до Приложений. Описание документов в списке в целом унифицировано. Но при составлении записей на отдельные виды документов могут действовать дополнительные правила.

Существуют разные способы группировки материалов, включенных в список использованных источников: алфавитная, в порядке упоминания литературы в тексте; по главам работы; систематическая; хронологическая; по видам источников и др.

При написании курсовых работ наиболее приемлемым является алфавитный способ группировки. При алфавитном способе группировки использованных источников они располагаются в общем алфавитном порядке фамилий авторов и заглавий книг и статей (если автор не указан). По такому списку легко установить, все ли работы того или иного автора учтены в нем.

Независимо от избранного способа группировки литературных источников, в начале списка приводятся законодательные и нормативные документы. Документы располагаются по значимости, а внутри каждой выделенной группы документов – в хронологическом порядке.

**Приложения.** В приложениях дается вспомогательный материал: таблицы цифровых данных, методические материалы, схемы, рисунки и другие материалы. Приложения оформляются на отдельных листах, каждое приложение имеет свой тематический заголовок, а в правом верхнем углу надпись: «Приложение 1», «Приложение 2» и т. д.

«Содержание», «Введение», «Заключение» и «Список использованных источников» помещаются в начале страницы по ее центру, выделяются подчеркиванием, жирным шрифтом, или курсивом.

Все разделы работы нумеруются. Разделы должны иметь приблизительно одинаковый объем, при этом достаточно полно и аргументировано раскрывать содержание темы.

Если оформляются приложения, то они имеют свою сквозную нумерацию (1, 2, 3...). Это положение относится и к графическим материалам, схемам, рисункам и т.д.

Общий объем курсовой работы (проекта) – 20–25 машинописных листов. Курсовая работа (проект) должна быть подписана студентом на титульной странице, подшита в папку со скоросшивателем.

В приложения могут включаться связанные с выполненной курсовой работой (проектом) материалы, не включенные в основную часть: справочные материалы, таблицы, схемы, нормативные документы,

Курсовая работа (проект) оформляется в виде текста, подготовленного с помощью текстового редактора и отпечатанного на принтере на листах формата А4 с одной стороны. Текст должен иметь книжную ориентацию, альбомная ориентация допускается только для таблиц и схем приложений. Оценивание результатов курсового проектирования и выполнения курсовых работ осуществляется при проведении промежуточной аттестации обучающихся (далее - защита курсовой работы).

Курсовая работа (проект) представляется студентом научному руководителю для ее оценки и подготовки рецензии. Если представленная курсовая работа (проект) не отвечает установленным требованиям, она возвращается студенту для устранения недостатков. Сроки сдачи и защиты курсовой работы (графики защиты) определяются структурным подразделением с учетом календарного учебного графика по образовательной программе и доводятся до сведения студентов. Защита курсовой работы (проекта) проводится в форме публичного выступления студента. Защита курсовой работы (проекта) состоит из доклада студента по теме курсовой работы (проекта) и ответов студента на вопросы преподавателя(ей). Защита курсовой работы (проекта) включается в расписание учебных занятий.

**Курсовой проект должен соответствовать следующим требованиям:**

- тематика, предмет и объект исследования должны быть актуальными;
- содержание и форма подачи материала должны быть конкретными;
- работа должна быть оформлена по требованиям, предъявляемым к письменным работам;
- оригинальность текста должна составлять не менее 75%.

**Шкала оценивания**

<b>85-100 баллов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Студент демонстрирует сформированность аналитических и исследовательских компетенций;</li> <li>- Обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание предмета исследования;</li> <li>- Использует адекватные методы работы с источниками;</li> <li>- Качественно решает практические задания, свободно оперируя приобретенными знаниями, умениями, и навыками;</li> <li>- Применяет исследовательские методы в ситуациях решения конкретной задачи.</li> </ul>
<b>84-70 баллов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Студент демонстрирует достаточную сформированность аналитической и исследовательских компетенций;</li> <li>- В ходе выполнения проекта допускаются незначительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений и навыков;</li> <li>- Студент испытывает затруднения при переносе знаний на новые ситуации;</li> <li>- Демонстрирует хороший уровень владения исследовательскими методами, в том числе при работе с источниками;</li> <li>- Испытывает затруднения при решении конкретной задачи.</li> </ul>
<b>69-51 баллов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Студент демонстрирует достаточную сформированность аналитической и исследовательских компетенций;</li> <li>- В ходе выполнения проекта допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений и навыков, необходимых для выполнения качественного исследования;</li> <li>- Студент испытывает затруднения при переносе знаний на новые ситуации, при необходимости использования умений и навыков для решения исследовательских задач;</li> <li>- Демонстрирует средний уровень владения исследовательскими методами, в том числе при работе с источниками;</li> <li>- Испытывает затруднения при решении конкретной задачи, что препятствует формированию качественных выводов.</li> </ul>



<b>Менее 51 балла</b>	- У студента не сформированы аналитические и исследовательские компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков для подготовки курсового проекта.
-----------------------	---

#### **Перевод баллов в традиционную систему оценки:**

Баллы по 100-балльной системе	Пятибалльная система оценки	Система оценивания «зачтено-не зачтено»
85-100 баллов	отлично	Зачтено
70-84 баллов	хорошо	зачтено
51-69 баллов	удовлетворительно	зачтено
Менее 51 балла	неудовлетворительно	Не зачтено

#### **4.4. Методические материалы промежуточной аттестации.**

Процедура защиты проекта:

1. На защиту проекта отводится 15 мин.
2. Защита проекта может проходить с использованием компьютерной презентации и/или наглядных раздаточных материалов.
3. Пояснительная записка к проекту должна быть сдана преподавателю не менее чем за 24 часа до начала экзамена.
4. Презентация проекта длится от 7 до 10 минут, остальное время отводится для ответов на вопросы преподавателя.
5. Доклад должен демонстрировать знания, умения, навыки студентов в аналитической и исследовательской деятельности.
6. Выставление итоговых оценок осуществляется преподавателем после презентации всех проектов.

#### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Необходимо обязательно разобраться в терминологии дисциплины «Курсовое проектирование» и понимать логику организации исследовательской деятельности.

Для лучшего освоения материала необходимо до занятия прочитать соответствующую литературу, изучить предлагаемые преподавателем материалы и информацию по организации и проведению исследовательской работы.

#### **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

##### **6.1. Основная литература.**

1. Лубский А.В. Методология научного исследования : учеб. пособие для магистрантов / А. В. Лубский. — Ростов-на-Дону : Фонд науки и образования, 2016.
2. Методы исследований в менеджменте: Учебное пособие / Под ред., Завьяловой Н.Б., Головиной А.Н., - М.: КноРус, 2017.
3. Шпаковская М. А. Методика научной работы : учебное пособие / М. А. Шпаковская. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2017.

##### **6.2. Дополнительная литература.**

1. Ельчанинов В. А. Проблемы методологии и логики научного исследования : учеб. пособие / В. А. Ельчанинов и др. — Барнаул : Изд-во Алт. гос. акад. культуры и искусств, 2010.
2. Лужинская Т.Н. Методика научного исследования : методическое пособие по спецкурсу / Т. Н. Лужинская. — Москва : МГУКИ, 2010.

3. Лысов О. Е. Методы прикладных исследований в менеджменте: Учеб. пособие / О.Е.Лысов.- ГУАП. СПб., 2006.
4. Пещеров Г.И. Методика научного исследования : учебное пособие / Г. И. Пещеров ; М-во образования Моск. обл., Моск. гос. обл. ун-т, [каф. социал. наук и гос. упр.]. — Москва : Изд-во МГОУ, 2013.

***7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы***

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий лекционного типа), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и кресла – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; экран; персональный компьютер; звуковая система; проектор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; персональный компьютер; телевизор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья - рабочие места обучающихся и преподавателя), доска аудиторная; персональные компьютеры моноблоки; проектор; веб-камера; экран. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе с рабочих мест обучающихся. Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows; пакеты лицензионных программ: MS Office, MS Teams, СПС КонсультантПлюс, лицензионное антивирусное программное обеспечение.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (Информационно-ресурсный центр) оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программное обеспечение: ОС Microsoft Windows, Пакет Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Microsoft Teams, лицензионное антивирусное программное обеспечение.