

---

Кафедра интегрированных коммуникаций

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
Ректор ОЧУ ВО  
«ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
\_\_\_\_\_ А.Л. Лебедев  
«    » \_\_\_\_\_ 2025 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Технологии создания рекламного продукта»**

---

Подготовки **бакалавров** по  
направлению

**42.03.01**

---

шифр направления

**Реклама и связи с общественностью**

---

Форма обучения:           Очная, заочная

Методические рекомендации рассмотрены и одобрены на заседании кафедры  
интегрированных коммуникаций

---

Наименование кафедры

Протокол № 05 от «09» января 2025 года

**Программа утверждена Ученым советом Университета.**

Протокол № ЕУ- 01/25 от «09» января 2025 года.

Москва, 2025

Методические рекомендации предназначены для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»). В Методических рекомендациях изложены основные принципы выполнения курсовой работы по дисциплине «Технологии создания рекламного продукта», описаны этапы подготовки - от выбора темы до особенностей защиты. Приведены правила оформления текста, иллюстраций, таблиц, формул, ссылок на источники и литературу.

Рекомендации составлены на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, Положения о курсовой работе ОЧУ ВО «ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» с учётом опыта подготовки бакалавров в ВУЗе.

Пособие рекомендовано как для студентов, выполняющих курсовые работы, так и для руководителей курсовых работ.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения .....	4
2. Выбор темы и порядок написания курсовой работы .....	5
3. Структура курсовой работы .....	9
4. Оформление курсовой работы .....	12
5. Порядок защиты и аттестации курсовой работы .....	16
Приложения .....	19

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Курсовая работа (далее по тексту - КР) – самостоятельная учебная работа, имеющая целью развитие у студентов навыков самостоятельной творческой деятельности, овладение методами современных научных исследований, углубленное изучение вопроса, темы, раздела учебной дисциплины.

Написание курсовой работы по дисциплине «Технологии создания рекламного продукта» предусмотрено учебным планом и выступает обязательным элементом программы обучения студентов по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»).

Курсовая работа дает студенту возможность углубить, систематизировать и закрепить теоретические и практические знания, приобщиться к кругу проблем учебной программы, приобрести навыки творческого поиска и обработки информации, систематизированного изложения материала, работы с нормативными актами, статистическими материалами, литературой по теме, справочным, библиографическим материалом, Интернет-ресурсами.

**Цель курсовой работы** состоит в:

- систематизации и углублении теоретических и практических знаний;
- приобретении навыков самостоятельной работы с различными источниками, документами, материалом;
- умении выявлять проблемы и находить способы их решения.

Курсовая работа представляет собой логически завершенное и оформленное в виде текста изложение студентом содержания отдельных проблем, задач и методов их решения в области рекламы и связей с общественностью.

В процессе выполнения курсовой работы решаются следующие задачи:

- закрепление и углубление теоретических и практических знаний по дисциплине «Технологии создания рекламного продукта»;
- выработка умений применять полученные знания для решения

конкретных профессиональных задач;

- приобретение навыков творческого мышления, обобщения и анализа;
- приобщение к работе со специальной и нормативной литературой;
- развитие интереса к научно-исследовательской работе.

Вопросы, рассматриваемые в курсовой работе, основываются на:

- существующей законодательной базе Российской Федерации;
- обобщении отечественного и зарубежного опыта;
- анализе статистического и фактического материала по выбранной

проблематике;

- формировании точки зрения автора по рассматриваемым проблемам.

В ходе написания курсовой работы студент должен показать умение использовать общетеоретические и специальные знания по выбранной проблематике.

## **2. ВЫБОР ТЕМЫ И ПОРЯДОК НАПИСАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Тематика курсовых работ разрабатывается Кафедрой Интегрированных коммуникаций и базируется на программе дисциплины «Технологии создания рекламного продукта».

Тематика курсовых работ должна быть актуальной и соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки, истории рекламы, а также задачам учебной дисциплины. Формулировки тем курсовых работ должны четко отражать характер ее содержания.

Темы курсовых работ утверждаются на заседании Кафедры Интегрированных коммуникаций в порядке документооборота по учебному процессу. Тематика курсовых работ, требования к ним и рекомендации по их выполнению доводятся до сведения студентов в начале соответствующего семестра. Темы курсовых работ предлагаются студентам на выбор. Студент имеет право выбрать одну из представленных кафедрой тем, при этом он может предложить свою тему для исследования. Закрепление темы курсовой работы

за студентами оформляется приказом ректора по ОЧУ ВО «ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ». Руководителем курсовой работы является преподаватель, который ведет данную дисциплину.

Студент совместно с руководителем курсовой работы уточняет круг вопросов, подлежащих изучению, составляет план и определяет структуру работы. В плане должны быть предусмотрены вопросы теории и практики рассматриваемой области вопросов.

Подготовка к написанию курсовой работы во многом зависит от правильной подготовки к выполнению работы, которую можно условно разделить на следующие этапы.

**1 этап** предусматривает осмысление темы и целевых установок, на основе чего важно наметить главные вопросы, подлежащие рассмотрению, и их краткое содержание.

**2 этап** включает подбор литературы по теме курсовой работы, работу с каталогами библиотек, библиографическими указателями. При подборе литературы следует вначале просмотреть новейшие источники (это, как правило, нормативные акты и журнальные статьи):

#### БИБЛИОГРАФИЯ

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/476668>
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/451045>
3. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/477252>

4. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/429158>
5. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/489057>
6. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>
7. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/457090>
8. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/450406>

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Закон РФ «О рекламе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
2. Официальный сайт <http://www.sostav.ru>
3. Официальный сайт <http://www.advertology.ru>
4. Официальный сайт: <http://reklama-reklama.ru>
5. Официальный сайт: <http://adindex.ru>
6. Официальный сайт: <http://www.reklama-expo.ru/ru/about/>

При выборе литературы возникает множество трудностей, которые можно избежать, если придерживаться нескольких правил:

- обращать внимание на титульный лист и оглавление, затем ознакомиться с предисловием, введением, заключением книги. В оглавлении важно отметить те разделы и параграфы, которые представляют интерес для раскрытия темы. В предисловии можно найти ответы на такие вопросы, как: цель написания книги, основные направления исследования, общий характер работы;

- приоритет при выборе учебной литературы отдавать той, которая имеет гриф, т.е. допущена либо Министерством образования и науки Российской Федерации, либо УМО в качестве учебника или учебного пособия;

- обращать внимание на год издания и актуальность литературы. Принято считать, что актуальной считается литература (за исключением словарей) сроком после выхода **не более 5 лет**;

- целесообразно при ознакомлении с текстом делать выписки. Читая монографии, необходимо проводить анализ прочитанного, а также сопоставлять ранее известное с новыми данными;

- при конспектировании литературы и при её последующем использовании в своей курсовой работе может возникнуть необходимость высказывания студентом своего личного мнения по какой-либо проблеме. В этом случае используется неписаное правило, когда приводится безличная трактовка высказывания,

- например: «Думается, что данный процесс...» или «Прогноз развития, скорее всего, будет оптимистичным». Могут использоваться "мы" или "на наш взгляд", "по нашему мнению", то есть, имеется в виду формальный коллектив студента и руководителя курсовой работы.

**3 этап:** после глубокой проработки литературы составляется план курсовой работы, который нужен для логичного системного изложения материала.

План включает введение, перечень и последовательность основных вопросов (разделов), которые будут рассмотрены в основной части,

заключение, список использованных источников и приложения. Следует помнить, что если мы выделяем главы в работе, то их перечень будет "Оглавление", а если разделы – то "Содержание".

После того, как работа с источниками завершена, необходимо проанализировать и систематизировать весь материал и расположить его согласно разработанному плану.

### **3. СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Существует ряд требований к структуре курсовой работы. Прежде всего, все курсовые работы должны состоять из введения, теоретической части, расчетно-практической (исследовательской) части, заключения, списка используемого материала. К основному тексту даются приложения, которые целесообразно разместить в конце работы, но некоторые из них и в тексте.

Структура курсовой работы должна быть следующей:

- титульный лист
- оглавление
- введение
- 2 главы
- заключение
- список литературы
- приложения

После оглавления в курсовой работе следует введение. На него следует обратить особое внимание, поскольку по введению судят о тщательности подхода, продуманности в выборе темы, об уровне курсовой работы в целом. Введение следует тесно увязывать с заключением, так как во введении студент обосновывает задачи работы, а в заключении описывает, как они решены.

Обязательными составными частями введения являются:

- обоснование темы, ее актуальность;
- постановка цели работы;
- формулировка задач;
- формулировка предмета и объекта исследования;

- характеристика нормативно-правовой и методической базы.
- структура работы

При обосновании темы студент должен объяснить, в чем важность этой работы.

Цель работы непосредственно должна быть связана с темой курсовой работы. Как правило, студент должен указать, что он собирается сделать: проанализировать, обосновать, раскрыть, выявить, охарактеризовать, разработать. Цель работы является наиболее масштабной конкретно-практической операцией, выполнению которой и будет посвящена курсовая работа.

Задачи являются направлениями в достижении цели. Необходимо помнить, что достижение цели в работе возможно через решение различного рода комбинаций задач. По сути, задачи работы – это перефразированные названия параграфов (разделов) курсовой работы.

Во введении обязательно указывается предмет исследования, который непосредственно связан с темой курсовой работы.

Особое место во введении отводится обзору нормативно-правовых и методических источников, однако не следует перечислять их всех. Необходимо сделать небольшую выборку нормативно-правовых актов, авторов учебников, пособий, монографий, данные статистики.

Иногда во введении включают методы работы, которые применялись при выполнении курсовой работы (чаще всего, это - сравнительный анализ, статистический, исторический, многофакторный анализ, синтез, и др.).

Теоретическая глава является обязательной для всех курсовых работ. Ее содержание должно целиком зависеть от выбранной темы. Необходимо помнить, что при изложении материала необходимо ссылаться на источники, т.е. ссылки должны быть в тексте обязательно. Они делаются внизу страницы, являются полными (с указанием фамилии, И.О. автора, названия труда, издательства, года издания, цитируемой страницы); их нумерация должна быть сквозная по всей работе (1,2,3... и т.д.). По ходу изложения необходимо

останавливаться на терминах и категориях, пояснять их, давать им развернутое определение.

Таким образом, основой в первой главе будет обзор понятий, закономерностей, подходов к рассматриваемой проблеме. В этой главе обычно много цитируют различных авторов и делают много ссылок на заимствованные идеи и материалы.

Если в курсовой работе идет речь о методике, то необходимо раскрыть ее содержание.

Если давать характеристику исследовательской курсовой работы, то можно отметить, что общих правил ее написания не существует, это авторская часть курсовой работы. Однако можно вывести несколько рекомендаций общего характера, соблюдение которых поможет студенту избежать ошибок.

Если у студента есть затруднение с написанием исследовательской части по причине отсутствия доступа к информации, низкой информативности доступных материалов, и он не знает, как раскрыть тему, то на основании личного заявления, может быть установлена иная тема курсовой работы.

Тема курсовой работы может быть предложена самим обучающимся при условии обоснования им ее целесообразности.,

Обязательно в конце каждой главы делать промежуточные выводы. Необходимо связывать их с выбранной темой и не бояться констатировать несоответствия, противоречия. Все это составляет часть любой курсовой работы.

В заключении студент должен опять обратиться к актуальности темы, но в отличие от введения, характеристика актуальности должна быть на ином, более высоком уровне. Далее в заключении описывается: как решены задачи курсовой работы с промежуточными и конечными итогами. Материалы заключения должны отражать не особенности предмета исследования, а сделанное (достигнутое) автором в работе. Поэтому авторские выводы должны быть представлены по каждому разделу работы. Заключение, как и введение, должно быть кратким (1,5 - 2 стр.).

#### 4. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна быть оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к подобному виду работ, и сброшюрована в мягкую обложку.

Общий объем курсовой работы 30-35 страниц. Шрифт Times New Roman, размер 14, межстрочный интервал – 1,5. Количество слов в работе подсчитывается автоматической функцией редактора MS Word и пишется на титульном листе. Превышение объема работы является серьезным нарушением и может повлечь за собой снижение оценки.

Размеры оставляемых полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм, верхнее - 20 мм. Все сноски и подстрочные пояснения печатаются через один интервал 10 размером шрифта. Работа должна иметь сквозную нумерацию. Расстояние между названием части работы или главы и последующим текстом должно быть равно двум интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала, равным 1,25 см.

Текст необходимо разделить на две главы. Текст глав курсовой работы должен распределяться на параграфы. Главы должны быть пронумерованы римскими цифрами в пределах всей работы. "Введение" и "Заключение" не нумеруются. Параграф нумеруется арабскими цифрами в пределах каждой главы. Номер параграфа должен состоять из номера главы и номера параграфа, разделенный точкой. В конце номера параграфа ставить точку не следует,

например, "2.1" (первый параграф второй главы).

Номер соответствующей главы или параграфа ставится в начале заголовка. Заголовки глав, а также слова " ВВЕДЕНИЕ", " ЗАКЛЮЧЕНИЕ", " ОГЛАВЛЕНИЕ", "СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ" следует располагать посередине строки без точки в конце и печатать прописными буквами. Заголовки параграфов пишутся строчными буквами (кроме первой прописной).

Подчеркивать заголовки и переносить слова в заголовках не рекомендуется. Расстояние между заголовками и последующим текстом должно быть равно двум межстрочным интервалам, расстояние между заголовком и последней

строчкой предыдущего текста – также двум межстрочным интервалам. Каждую главу следует начинать с нового листа (страницы), а параграфы продолжать, отступив от предыдущего текста два межстрочных интервала.

Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист, второй – содержание (оглавление). На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами в правом нижнем углу. На страницах 1 и 2 (титульный лист и содержание) номер страницы не ставится.

Рисунки и таблицы, которые расположены на отдельных страницах, тоже включаются в общую нумерацию.

Не допускается сокращение слов и наименований названий документов, а также перенасыщение текста специальными терминами, затрудняющими чтение. Все используемые аббревиатуры обязательно должны быть расшифрованы (например, «Налоговый кодекс Российской Федерации (далее по тексту – НК РФ)»). Приводимый цифровой аналитический материал помещается в таблицы, которые нумеруются по тексту. Их нумерация, как и отдельно нумерация рисунков, должна быть сплошная (1, 2, 3 и т.д.).

Таблицы нумеруют последовательно арабскими цифрами в пределах всей работы, за исключением тех, которые представлены в приложении. Номер следует располагать в правом верхнем углу таблицы над заголовком таблицы после слова «Таблица» (см. приложение 6). При переносе части таблицы на другую страницу (лист) пишут слово "Продолжение табл. 1".

Рисунки (чертежи, графики, схемы, диаграммы и др.) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть ссылки в тексте.

Чертежи, графики, схемы, диаграммы, помещенные в работе, должны соответствовать требованиям государственных стандартов.

Список использованных источников имеет общую нумерацию, т.е. каждый источник имеет свой номер, который указывается в ссылке на странице курсовой работы.

Нумерация рисунков и таблиц в основном тексте должна быть сквозная. Все рисунки, таблицы и формулы нумеруются. Номер проставляется арабскими цифрами в пределах всей работы. Пример оформления рисунков и таблиц приведен в Приложениях 6 и 7.

При этом необходимо помнить, что если слово «Таблица» при оформлении таблиц пишется полностью, то слово «рисунок» полностью писать не принято и пишут «Рис.». Если в работе одна иллюстрация, ее нумеровать не стоит, и слово "Рис." под ней не пишется.

Цифровой материал, как правило, должен оформляться в виде таблицы, вариант изображения которой представлен в приложении 6. Таблицу следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в тексте.

Следует помнить, что таблицы подписываются сверху, над таблицей, а рисунки снизу – под рисунком. Под всем иллюстративным материалом (под таблицами, рисунками, графиками, диаграммами и др.) должно быть указание авторства: если выполнена таблица или рисунок самостоятельно, то должно быть указание 10 размером шрифта:

Если таблица или рисунок заимствованы, то указывается:

Источник: Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов- Москва : Издательство Юрайт, 2022.

Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы в круглых скобках в крайнем правом положении на строке, где размещена формула.

На все иллюстрации, таблицы, формулы и рисунки, приложения должны быть ссылки в тексте,

например: " в табл. 3", " по формуле 1", "на рис. 3", " в приложении 4".

В заключение курсовой работы приводится список используемых источников и литературы. Первым элементом источника является фамилия

автора. В описании издания:

- одного автора – приводят его фамилию и инициалы в именительном падеже;
- двух и трех авторов – приводят их фамилии и инициалы, разделяя запятой;
- если авторов более трех, то приводят фамилии и инициалы первых трех авторов с добавлением слов "и др." после третьей фамилии.

Вторым элементом является название работы. Оно берется с титульного листа книги и записывается строчными буквами, начиная с первой прописной.

Третьи примером описания являются сведения о месте издания, о наименовании издательства и года издания.

Порядок оформления статьи практически такой же, как и порядок оформления издания, описанный в предыдущем пункте. Только в начале описания приводятся сведения о самой статье, затем о содержащем её источнике.

Список использованной литературы должен включать не менее 15 источников, но не более 35.

При систематическом расположении источники в списке литературы необходимо расположить в следующем порядке:

- Конституция Российской Федерации;
- Федеральные законы Российской Федерации;
- Указы Президента Российской Федерации;
- постановления Правительства Российской Федерации;
- письма, инструкции, распоряжения министерства, федеральных служб, агентств;
- монографии;
- книги, научные разработки по теме;
- учебные издания;
- статьи из периодических изданий;
- справочные издания;

- Интернет-ресурсы.

## **5. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ И АТТЕСТАЦИИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Законченная и полностью оформленная курсовая работа, и ее электронная копия (на диске/флэш-карте) не позднее, чем за две недели до начала экзаменационной сессии, представляется руководителю для проверки и предварительной оценки.

Руководитель проверяет работу, дает по ней письменное заключение и, при условии законченного оформления и положительной оценки содержания, допускает работу к защите. Работа, не отвечающая установленным требованиям, возвращается для доработки с учетом сделанных замечаний и повторно предъявляется на кафедру в срок, указанный руководителем, но до начала экзаменационной сессии (по заочной форме - до зачета/экзамена по соответствующей дисциплине).

Руководитель работы обязан предупредить студента о проверке работы на наличие плагиата (норма самостоятельного текста – 60-65%), допустимых пределах заимствований и о необходимости самостоятельной проверки текста до её сдачи на кафедру, о чем студент должен сделать запись на последней странице работы: "Настоящим подтверждаю, что курсовая работа выполнена мною самостоятельно, заимствования находятся в допустимых пределах", а затем подписаться.

Защита курсовых работ может проводиться как на учебных занятиях, так и в ходе консультаций или в специально отведенное в расписании время.

Формой аттестации студента по курсовой работе является дифференцированный зачет ("отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно"). Оценка за курсовую работу выставляется руководителем по результатам защиты в ведомость и зачетную книжку студента (неудовлетворительная оценка – только в ведомость).

Студент, не представивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность.

Полные названия курсовых работ вносятся в зачетно-экзаменационные ведомости и в приложение к диплому. Название курсовых работ приводится без кавычек.

При оценке курсовой работы учитываются:

- актуальность темы;
- теоретический уровень и самостоятельность в постановке вопроса;
- связь вопросов теории с практикой, использование в работе новейшей литературы, зарубежного опыта;
- наличие цифрового материала, расчетов, таблиц;
- обоснование рекомендаций, предложений;
- качество оформления работы.

Оценивается курсовая работа по 4-х бальной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Оценка проводится по следующим критериям:

- оценка **«отлично»** выставляется студенту, если структура курсовой работы соответствует рекомендациям. Все положения сформулированы грамотно, представлен иллюстративный материал. В результате самостоятельного анализа сделаны полные выводы, на основе которых разработаны перспективы развития явлений и процессов, выбранных для анализа. В процессе защиты курсовой работы студент последовательно, четко и логично изложил основные положения работы и грамотно ответил на вопросы преподавателя, проводящего защиту курсовой работы;

- оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он выполнил курсовую работу с отдельными погрешностями, что повлияло на качество анализа полученных результатов. В процессе защиты последовательно, достаточно четко изложил основные его положения, но допустил отдельные неточности в ответах на вопросы;

- оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если он не раскрыл отдельные разделы курсовой работы, допустил ошибки, неверно интерпретировал полученные результаты. Небрежно оформил текст курсовой

работы и иллюстративный материал, испытывал затруднения при ответах на вопросы проводящего процедуру защиты;

– оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, который решил менее половины поставленных задач, выполнил менее половины заданий, в процессе анализа и оформления результатов допустил погрешности, не предложил путей дальнейшего развития анализируемого явления или процесса, получил результаты, которые не смог объяснить проводящему защите.

На защите студент должен показать не только знание темы, но и степень овладения научным методом мышления, логическим и статистическим анализом исследуемых проблем, способность к самостоятельному научному труду, умение четко и ясно излагать свои мысли и выводы.

Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «**Технологии создания рекламного продукта**»

1. Этапы производства рекламного продукта
2. Работа с содержанием визуальной формы рекламного обращения
3. Современные рекламные технологии в интернете
4. Особенности технологий производства видеорекламы для телевидения и интернета
5. Подбор средства и вида рекламы
6. Особенности изготовления печатной рекламной продукции
7. Аудиореклама: определение, форматы, особенности производства
8. Особенности рекламы для B2B сегмента
9. Особенности разработки наружной и внутренней рекламы
10. Продвижение бренда при помощи сувенирной продукции
11. Событийный маркетинг: определение, форматы, стратегии
12. Эмоциональная и рациональная реклама – выбор общего творческого подхода
13. Теоретические основы определения целевой аудитории
14. Определение системы метрик и оценка эффективности рекламной кампании
15. Креативные технологии в рекламе





тел.: +7 (495) 660-0770

107076, Москва, ул. Олений Вал, д.3, стр. 1

<https://j-univer.ru>

---

Факультет гуманитарно-экономический  
Кафедра интегрированных коммуникаций

**Курсовая работа**  
**по дисциплине «Технологии создания рекламного продукта»**  
на тему: « Название»

Выполнила:  
студентка 4 курса  
очной формы обучения

\_\_\_\_\_  
Научный руководитель:  
\_\_\_\_\_

Москва 202\_ г.

**Образец оформления содержания курсовой работы**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1.ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА.....	6
1.1.Понятие рекламный продукт.....	6
1.2.Основные принципы построения рекламного продукта.....	12
2.ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА.....	17
2.1.Рекламная стратегия.....	17
2.2. Разработка фирменного стиля .....	21
2.3.Создание портала в сети интернет .....	27
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	32
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	34
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	35

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Еврейский Университет»**

**Кафедра интегрированных коммуникаций  
ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ (КР)**

Ф.И.О. студентки.....  
 Дисциплина.....  
 Тема КР.....

Критерии оценки КР	Оценки (отмечаются знаком V в соответствующей графе)			
	Да	Нет		
1. Тема и содержание КР относится к предмету дисциплины				
2. Содержание (оглавление) содержит все необходимые элементы				
3.Объём КР не менее требуемого минимума				
3В курсовой работе имеется требуемое количество ссылок на источники информации				
4При отсутствии хотя бы одного из критериев 1 – 4 КР оценивается «неудовлетворительно»	неудовл.	удовл.	хор.	отл.
5 Раскрытие темы КР				
6 Владение студентом материалом, представленным в КР				
7 Наличие и качество выводов по результатам анализа				
8 Уровень самостоятельности подготовки КР				
9 Использование учебной, научной литературы, Интернет-источников				
10 Использование нормативных материалов				
11 Последовательность, логичность изложения материала				
12 Качество оформления КР				
13 Стиль изложения, грамматический уровень КР				
14 Использование самостоятельно выполненных таблиц, рисунков, графиков				

Дополнительные замечания.....

**Общая оценка КР**.....(прописью)

(выводится как среднеарифметическая из оценок по критериям с округлением до целого числа)

**Руководитель КР**.....

(должность, учёная степень, звание, Ф.И.О.)

(подпись)

«.....».....202 года

Образец оформления таблицы

Таблица 1

**Численность потребителей косметики за 2022 год**

<b>Название бренда</b>	<b>Количество потребителей</b>
Л*Ореаль	50 млн
Невская косметика	14 млн
Флоресан	1.5 млрд
Свобода	2 млрд

Источник: BusinesStat

Образец оформления рисунков



Рис. 1. Динамика численности населения в России