

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ**

***КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. И.РАЗЗАКОВА***

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

Кафедра «Экономическая журналистика и реклама»

**«Связи с общественностью» и
«Основы рекламного дела»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВЫХ РАБОТ ДЛЯ
СТУДЕНТОВ IV КУРСА НАПРАВЛЕНИЯ 520601
«ЖУРНАЛИСТИКА»**

БИШКЕК 2012

Рассмотрено

на заседании кафедры ЭЖиР
Протокол №4 от 21.12.11

Одобрено

учебно-методической комиссией ИУиБ
Протокол №4 от «28.12.2011 г.»

УДК: 659.1: 070 (07)

Составитель к.п.н., проф. БОСТОНОВА П.З.

Связи с общественностью и Основы рекламного дела:

Методические рекомендации к выполнению и защите курсовых работ для студентов IV курса направления 520601 «Журналистика» / КГТУ им. И. Раззакова; Сост. П.З. Бостонова - Б.: ИЦ «Текник», 2012, 23с.

Издание 2-ое, дополненное.

Представлены основные структурные компоненты курсовых работ, тематика, литература, требования к их выполнению, оформлению и защите

Предназначены для студентов IV курса направления 520601 «Журналистика».

Рецензент: к.п.н., доц. Иманкулова Э.Т.

Тех. редактор *Курманалиев Б.К.*

Подписано к печати 24.12.2011 г. Формат бумаги 60x84¹/₁₆.

Бумага офс. Печать офс. Объем 1,25 п.л. Тираж 30 экз.

Бишкек, ул. Сухомлинова, 20. ИЦ «Текник» КГТУ, т.: 54-29-43

Пояснительная записка

Учебными планами подготовки специалистов по направлению 520601 «Журналистика» предусмотрены курсовые работы по дисциплине «Связи с общественностью» в VII семестре и по дисциплине «Основы рекламного дела» в VIII семестре.

Курсовая работа является исследовательской работой и имеет целью:

- привития навыков глубокого изучения поставленной проблемы;
- развития умений анализировать источники информации: научную литературу, публикации в прессе и специализированных изданиях;
- обобщать полученные сведения и на их основе делать практические рекомендации для решения конкретных задач в области изученных дисциплин.

Курсовая работа позволяет судить о том, насколько студент усвоил теоретический курс и каковы его возможности применения полученных знаний для их обобщения по избранной теме.

Значение курсовой работы состоит в том, что в процессе ее выполнения студент не только закрепляет, но и углубляет полученные теоретические знания. Курсовая работа является важной частью самостоятельной работы студентов.

К курсовой работе как самостоятельному исследованию, предъявляются следующие требования: Курсовая работа должна быть:

- выполнена на достаточно высоком уровне с привлечением законодательных, нормативных и др. документов по избранной теме;
- написана четким и грамотным языком и отличаться критическим подходом;
- завершена выводами и практическими предложениями;
- правильно оформлена, т.е. должна иметь титульный лист (см. приложение №1), оглавление, нумерацию страниц, поля для замечаний руководителя, а в конце работы - список использованной литературы.

Подготовка курсовой работы включает следующие этапы:

- 1) выбор темы курсовой работы;

2) подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме;

3) составление плана;

4) написание текста курсовой работы;

5) оформление курсовой работы;

6) защита курсовой работы.

Выбор темы курсовой работы. Одним из важных моментов при написании курсовой работы является выбор темы.

Тематика курсовых работ составляется ведущим преподавателем данной дисциплины и утверждается на заседании кафедры. Студентам предоставляется право выбора любой предложенной темы. По согласованию с руководителем и заведующим кафедрой студент может избрать для курсовой работы тему, не входящую в рекомендованный кафедрой перечень, а также несколько изменить ее название.

Выбор темы курсовой работы должен быть обоснован. При выборе темы необходимо иметь ориентировочное представление о сущности той или иной проблемы, знать, какие вопросы следует осветить в работе. С этой целью студент должен ознакомиться с избранной темой по литературным источникам.

Кафедра утверждает тематику курсовых работ, назначает руководителя работы и определяет сроки ее выполнения и защиты.

Подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме. После выбора темы студент должен приступить к подбору и предварительному ознакомлению с литературой по курсовой работе. Данная работа проходит самостоятельно. Студенту необходимо показать свое умение пользоваться каталогами и библиографическими справочниками.

Подбирая литературу в библиотеке и работая с предметно-тематическим каталогом надо просмотреть не только разделы, строго совпадающие с темой курсовой работы, но и темы, близкие к избранным. При этом следует подбирать литературу, освещающую как теоретическую, так и практическую сторону проблемы.

Самостоятельная работа при подборе литературы не исключает, а наоборот, предполагает систематические консультации с руководителем. С ним должен быть обязательно согласован список подобранной литературы. У руководителя работы следует также проконсультироваться о том, какие новейшие изменения и дополнения необходимо учесть при проработке подобранной литературы.

Предварительное ознакомление с отобранной литературой необходимо для того, чтобы выяснить, насколько содержание той или иной книги или журнальной статьи соответствует избранной теме. Кроме того, без такого ознакомления нельзя получить полного представления о круге вопросов, охватываемых темой, и составить первоначальный вариант плана курсовой работы.

Использование Интернет ресурсов. Наряду с твердыми носителями информации можно использовать и Интернет ресурсы, делая ссылки на источник информации.

Составление плана. На основе предварительного ознакомления с литературой должен быть тщательно продуман первоначальный вариант плана курсовой работы. Обычно курсовая работа состоит из введения, трех-четырех параграфов, заключения и списка литературы.

При составлении плана, прежде всего, следует определить примерный круг вопросов, которые будут в них излагаться. Эти вопросы не указываются в основном («официальном») плане. Они предназначены для так называемого рабочего (более подробного, «внутреннего использования») плана, по которому и пишется курсовая работа.

Подходы к исследованию темы курсовой работы могут быть различными. Но именно план курсовой работы отражает ее основные направления. План работы должен отражать основную идею работы, раскрыть ее содержание и характер. В нем следует выделить наиболее актуальные вопросы темы. В процессе составления плана студент должен постоянно согласовывать с руководителем курсовой работы.

После того, как тщательного изучена и систематизирована собранная по теме литература, возможны некоторые изменения первоначального варианта плана работы.

Изменения в плане могут быть связаны с некоторой корректировкой самого направления работы, в необходимости которой автор убеждается после детального ознакомления с изучаемой проблемой. Они могут быть также связаны с тем обстоятельством, что по ряду вопросов выделенных в самостоятельный раздел, не оказалось достаточного материала, а по другим, наоборот, имеются свежие, представляющие теоретический и практический интерес данные.

В случае, если по ознакомлении с литературными источниками составлен новый вариант плана, последний также должен быть согласован с руководителем курсовой работы. Окончательный вариант плана курсовой работы должен быть дополнен графиком ее написания.

Написание курсовой работы. Курсовая работа пишется на основе изучения законодательных, нормативных, статистических и других материалов, а также тщательно проработанных литературных источников.

Характеризуя содержание отдельных разделов работы, следует отметить следующее.

Введение в курсовой работе должно быть по объему две-три страницы.

Во введении обосновывается актуальность и практическая значимость исследования. Для раскрытия актуальности выбранной темы необходимо определить степень проработанности этой темы в других трудах, а также показать суть проблемной, т.е. противоречивой и требующей решения ситуации.

Практическая значимость должна заключаться в выработке конкретных мероприятий, которые следует провести экономическим субъектам для повышения эффективности своей деятельности.

После чего во введении формулируются цель и задачи, которые ставились в работе.

Основное содержание курсовой работы раскрывается в главах, подразделенных на параграфы.

Написание каждой главы курсовой работы имеет свои особенности. Первая глава, как правило, посвящается рассмотрению теоретических аспектов исследуемой проблемы и служит основой для дальнейшего изложения материала. В этой главе обычно рассматриваются сущность, содержание, организация исследуемого процесса, его составные элементы. Поскольку проникновение в сущность изучаемого явления и процесса возможно при использовании системного подхода, то в первой главе работы целесообразно отвести отдельное место истории развития предмета изучения, анализу зарубежного опыта организации экономических процессов. Полученные в результате рассмотрения первой главы выводы должны раскрыть научную новизну работы, которая формулируется во введении.

Вторая глава содержит чисто практический материал, рекомендуется проанализировать состояние дел на определенном темой работы участке деятельности. При этом следует учитывать следующее:

- приводимые факты и цифровой материал должны быть достоверными;
- при подборе фактических данных из разных источников необходимо помнить о том, что их можно сравнивать лишь тогда, когда они сопоставимы;
- цифровой материал должен отражать общую направленность и закономерность исследуемого процесса, а не исключения из них.

В третьей главе приводится обоснование предложений по совершенствованию аспектов исследуемой проблемы.

Заключение может указывать на необходимость дальнейшего изучения проблемы.

Для повышения уровня обоснованности и наглядности содержание работы должно быть проиллюстрировано примерами, графическим материалом, таблицами, схемами, цифровыми примерами, расчетами и т.п.

Если иллюстративный материал вынесен в приложение, то ссылки на него следует давать в пронумерованном виде. Все разделы курсовой работы должны

быть связаны между собой, поэтому надо обратить внимание на логические переходы от одной главы к другой.

В заключении следует сделать общие выводы и кратко изложить предложения по результатам изучения темы. В конце работы приводится список использованной литературы. Объем работы должен составлять примерно 25-30 страниц компьютерного текста 35-40 страниц - рукописного.

Оформление курсовой работы. Материал в работе рекомендуется располагать в следующей последовательности:

- 1) титульный лист (форма приведена в приложении №1);
- 2) бланк-задание курсовой работы (форма приведена в приложении №2);
- 3) план-оглавление;
- 4) текстовое изложение курсовой работы (по главам и параграфам);
- 5) список литературы;
- 6) практический материал, использованный в работе (в виде приложения, если он не дан по ходу изложения).

Получив задание, студент приступает к выполнению курсовой работы.

Текст курсовой работы должен быть набран на белом листе формата А-4, размер шрифта 14, через 1,5 интервала, шрифтом Times New Roman. Текст работы излагается на одной стороне листа.

На страницах оставляются поля: слева 30 мм, справа - 15 мм, сверху - 20 мм, снизу - 25 мм. Все страницы, включая иллюстрации, таблицы, приложения нумеруются по порядку от титульного листа до конца без пропусков и повторений. Первой страницей считается титульный лист, на нем цифра не ставится, так же как и на бланке задания, на странице где напечатана оглавление. Порядковый номер страницы ставится на середине верхнего поля. Каждую главу необходимо начинать с новой страницы.

Главы и вопросы в курсовой работе должны иметь в пределах всей работы порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами без точки.

В курсовой работе наименование глав, записывают в виде заголовков строчными буквами (кроме первой прописной) симметрично относительно

текста без подчеркивания. Наименование параграфов (если они имеются) записывают в виде заголовков (с абзаца) строчными буквами (кроме первой прописной) также без подчеркивания. Переносы слов в наименовании глав, параграфов и вопросов не допускаются. Точку в конце наименования не ставят. Если наименование главы, параграфа или вопроса состоит из двух предложений, их разделяют точкой. В курсовой работе каждую главу, каждый вопрос следует начинать с новой страницы.

При написании текста работы не допускается применять:

- 1) обороты разговорной речи, произвольные словообразования;
- 2) различные научные термины, близкие по смыслу, для одного и того же понятия;
- 3) иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском/кыргызском языках;
- 4) сокращения обозначений единиц физических величин, если они употребляются без цифр, за исключением единиц физических величин в заголовках и боковиках таблиц и в расшифровках буквенных обозначений, входящих в формулы;
- 5) математический знак минус (-) перед отрицательными значениями величин (вместо математического знака (-) следует писать слово «минус»);
- 6) математические знаки без цифр, например: (меньше или равно), (больше или равно), (не равно), № (номер), % (процент).

В тексте работы могут быть приведены перечисления. Перед каждой позицией перечисления следует ставить арабскую цифру, после которой ставится скобка. Каждое перечисление записывают с абзацного отступа. Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать дефисы.

Опечатки, описки и другие неточности, обнаруженные в процессе выполнения работы, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием штрихом и нанесением на том же месте исправленного текста машинописным способом или черной тушью (шариковой ручкой) рукописным способом.

Повреждения листов, помарки и следы неполного удаления прежнего текста не допускаются.

Числовые значения величин в тексте должны указываться с необходимой степенью точности, при этом обязательно в ряду величин выравнивание числа знаков после запятой. Не допустимо приводить следующий ряд величин: 45; 67; 76,8; 87,98. Данный ряд должен выглядеть следующим образом: 45,00; 67,00; 76,80; 87,98.

Если в тексте для характеристики показателя приводится диапазон числовых значений, выраженных в одних и тех же единицах измерения, то единицы измерения указываются после последнего числового значения, например: «количество переплат на сумму от 1 до 5 сом».

Формулы, за исключением формул, помещаемых в приложениях, должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Одну формулу обозначают - «(1)». Допускается нумерация формул в пределах главы курсовой. В этом случае номер формулы состоит из номера главы или вопроса и номера формулы, разделенных точкой, например: «(3.1)».

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в круглых скобках, например, «.....в формуле (1)».

Расшифровки символов, входящих в формулу, должны быть приведены непосредственно под формулой. Значения каждого символа дают с новой строки в той последовательности, в какой они приведены в формуле, например:

$$f(t) = \frac{(1+\alpha)^t}{(1+\beta)^t} \rightarrow \max \quad (3.1)$$

□ γ - темп роста ВВП; α - темп роста всех инвестиций в стране; ρ - темп роста внешних заемных средств;

c - константа, устанавливающая предел допустимого снижения капиталотдачи.

Для придания наглядности материалу в работах обычно используется большое количество иллюстраций (рисунки, графики). Содержание иллюстраций

должно быть понятно читателю без обращения к тексту работы (если для понимания иллюстрации нужен текст - это плохая иллюстрация).

Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией отдельно по каждому виду иллюстрации. Если иллюстрация в работе одна, то она все равно обозначается с присвоением ей номера, например: «Рис.1». Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения, например: «Рис. А.3.» Допускается нумеровать иллюстрации в пределах главы курсовой работы.

В этом случае номер иллюстрации, разделенных точкой, например: «График 1.1».

На весь приведенный иллюстративный материал должны быть ссылки в тексте работы. Не нужно пересказывать словами все содержание иллюстрации. Словесный комментарий нужен для того, чтобы обратить внимание на наиболее значимые данные или части рисунков, на факты, которые будут использованы автором для теоретических построений и, в конечном итоге, - для обоснования выводов. При ссылках на иллюстрации следует писать «.... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «...в соответствии с графиком 1.2» при нумерации в пределах главы или вопроса курсовой работы.

В качестве иллюстративного материала в работах часто используются графики. Оси абсцисс и ординат графика должны иметь условные обозначения и размерность применяемых величин. Многословные надписи заменяются цифрами, расшифровка которых приводится в поясняющих данных.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей, а также сопоставимости информации, полученной из разных источников. Оформление составных частей таблицы имеет свои особенности. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным и кратким. Название следует помещать по центру над таблицей.

Заголовки граф таблицы начинаются с прописных букв, а подзаголовки - со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком. Подзаголовки, имеющие самостоятельное значение, пишут с прописной буквы. В конце заголовков и подзаголовков таблиц знаки препинания не ставят. Заголовки указывают в единственном числе.

Заголовки граф записывают, как правило, параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

На все таблицы должны быть ссылки в тексте работы. Порядок оформления по тексту ссылок на таблицы такой же, как и оформление ссылок на иллюстрации. Таблица, в зависимости от ее размера, помещается под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице. Если таблица содержит данных значительно больше, чем читатель может охватить одним взглядом, то такую таблицу следует помещать в приложение. Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа. Нумерация таблиц осуществляется аналогично нумерации иллюстраций.

При наличии в работе небольшого по объему цифрового материала оформление таблицы нецелесообразно. Такой материал следует давать текстом, располагая цифровые данные в виде колонок.

В работе приводятся примечания, если необходимы пояснения или справочные данные к содержанию текста, таблицам или графическому материалу. Примечания не должны содержать требований. Примечания следует помещать непосредственно после текстового, графического материала или в таблице, к которой относится это примечание, и располагать с прописной буквы с абзаца. Если примечание одно, то после слова «Примечание» ставится точка, и текст примечания пишется с прописной буквы. Одно примечание не нумеруется. Несколько примечаний нумеруют арабскими цифрами.

Приложения могут быть обязательными или информационными. Информационные приложения могут быть справочного или рекомендуемого

характера. Характер приложения определяется автором самостоятельно, исходя из содержания.

В тексте работы на все приложения должны быть ссылки. Порядок оформления по тексту ссылок на приложения такой же, как и оформления ссылок на иллюстрации. Степень обязательности приложений при ссылках не указывается. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы. В работе используются, как правило, только общепринятые текстовые сокращения или аббревиатуры, например: МВФ, ЕБРР, ВБ, КР, НБКР и др. Если в работе принята особая система сокращений слов или наименований, то в ней должен быть приведен перечень принятых сокращений, который помещают после приложений перед перечнем терминов.

Если в работе при употреблении отдельных положений необходимо привести библиографические ссылки, то эти положения помечаются надстрочными знаками сноски. Внизу страницы с абзацного отступа приводят сам текст библиографической ссылки, отделенный от основного текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны. Если необходимо привести библиографическую ссылку к данным, расположенным к таблице, то текст ссылки помещают внизу таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы.

Знак сноски ставят непосредственно после того слова, числа, символа, предложения, к которому дается пояснение, и перед текстом самой ссылки. Текст ссылки приводится внизу страницы. В самом тексте ссылки должны соблюдаться правила библиографического описания источника. Вот пример оформления библиографической ссылки. Допускается вместо цифр использовать для обозначения знака сноски звездочки. Применять более четырех звездочек на одной странице не рекомендуется.

При оформлении ссылок на нормативные источники следует приводить текст этих документов из официальных изданий: «Собрания законодательства Кыргызской Республики», «Вестника Национального Банка Кыргызской Республики» и др. Чтобы не терять время на изучение стандарта, проще всего

для каждого случая найти наиболее близкий пример из числа приведенных и действовать по аналогии.

Библиографическое описание используемого источника приводят с соблюдением определенных нормативов (см. Приложение).

Библиографические ссылки - совокупность библиографических сведений о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в курсовой работе, другом источнике (его составной части или группы источников); необходимых и достаточных для его общей характеристики, идентификации и поиска.

При оформлении подряд нескольких библиографических ссылок приводят слова: "Там же - Е. 37".

Библиографическую ссылку во внутритекстовом применении заключают в круглые скобки, например: " по результатам первых шести месяцев с большой вероятностью можно предположить, что импорт снизится по сравнению с предыдущим годом", - пишет автор (Могилевская Р.И. Внешняя торговля и платежный баланс // Перспективы экономики Кыргызстана. 2001 г. - № 3.- С. 29).

При оформлении подстрочных ссылок, если в тексте работы есть название и фамилия автора, в подстрочнике указывается только источник из страницы, с которой взята цитата. В ином случае в подстрочнике указывается полностью библиографическое описание источника. Но если этим источником является книга, то в сноске можно не указывать издательства и общее количество страниц произведения.

Библиографическая ссылка в затекстовом примечании оформляется следующим образом после упоминания о произведении или после цитаты из него в скобках представляется номер, под которым оно значится в списке источников, например: «Макконел К., Брюс (3) считают ...», или «в своей статье Лившиц А.Я. писал ...», или «ряд авторов (15, 21, 25) отмечают ...», или «в книге (18, т. 1, с. 75) дается определение...».

Список литературы является составной частью работы и отражает степень изученности рассматриваемой проблемы. При этом в список включаются, как,

правило, не только источники, на которые в работе имеются библиографические ссылки, но и те, которые Вы изучили при исследовании темы работы.

Подготовленный список источников необходимо представить своему научному руководителю, который даст ему общую оценку и замечания по составу, а также может посоветовать дополнительный список пропущенных или новейших источников, или исключить излишек.

Абзацный отступ составляет 5 печатных знаков. Заголовок отделяется от предшествующего текста интервалами. Между текстом и чертой, отделяющие подстрочник - два интервала. Текст сноски пишется через один интервал с красной строки. Если на странице несколько сносок, то каждую сноску отделим двумя интервалами.

Защита курсовой работы. Курсовая работа должна быть написана в сроки, установленные приказом. Студент, не защитивший курсовую работу в срок, считается имеющим академическую задолженность и не допускается к сдаче экзамена по специальной дисциплине.

Защита курсовой работы проводится комиссией, назначаемой заведующим кафедрой, в состав ее обязательно включается руководитель.

Перед защитой студент готовится как по работе в целом, так и по замечаниям руководителя.

Защита курсовой работы имеет целью выявить глубину и самостоятельность знаний студента по избранной теме. На защите студент должен хорошо ориентироваться в представленной работе, уметь объяснить источники цифровых данных, отвечать на вопросы как теоретического, так и практического характера, относящиеся к теме работы.

Курсовая работа оценивается дифференцированной отметкой. Студент, не представивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее, считается имеющим академическую задолженность и не допускается к экзаменам.

Тематика курсовых работ по дисциплине «Связи с общественностью»

1. Этика корпоративного управления.
2. Основные законы коммуникации.
3. Внешняя коммуникативная среда.
4. Технологии построения отношений со СМИ.
5. Роль СМИ в формировании коммуникативного пространства для бизнеса.
6. Коммуникативные технологии работы с персоналом
7. PR первого лица компании.
8. Политический PR
9. Коммуникативное пространство
10. Роль исследований при построении PR- кампании
11. Методы формирования корпоративного имиджа
12. Роль Интернета в установлении коммуникативного пространства компании
13. Технологии предвыборных кампаний
14. Вербальная коммуникация
15. Модели массовой коммуникации
16. PR и реклама одно и то же?
17. PR в Интернете.
- 18.Связь рыночных субъектов со СМИ. 20.Связь госорганов со СМИ.
- 21.Жанры журналистских текстов, используемых для формирования имиджа.
- 22.Территориальный PR.
- 23.РЯ в социальной сфере, в конкретной области (на выбор).
- 24.Специалист по PR - кто он?
- 25.Информационное поле маркетинговых коммуникаций.
- 26.Элементы PR в русской литературе.
- 27.Элементы PR в кыргызской литературе.
- 28.Элементы PR в зарубежной литературе.
- 29.Формирование имиджа политического деятеля (на выбор) в прессе.
- 30.Формирование имиджа фирмы (на выбор) в прессе.
- 31.Образ страны в общественно-политической прессе.
- 32.СМИ в структуре формирования территориального имиджа.
- 33.Образ власти в кыргызской прессе.
- 34.Газета «Дело№...» в формировании имиджа правоохранительных органов.
- 35.Роль стереотипов в формировании ОМ.
- 36.Приемы возвышения PR-объекта.
- 37.Деятельность кыргызских журналистов в области PR
- 38.Роль СМИ в установлении деловых контактов.
- 39.PR в предвыборной кампании.
- 40.Этика PR.
- 41.Социальная ответственность PR-кампании.
- 42.Правовые и нравственные аспекты РЯ.
- 43.Формирование корпоративной социальной ответственности.
- 44.Роль и место PR в организации маркетинговой деятельности.
45. Факторы, влияющие на общественное мнение.

46. Средства PR, используемые в прессе.
47. Средства PR, используемые на радио и ТВ.
48. Брифинг, пресс-конференция, круглый стол - как средства PR
49. Роль приемов в организации внешней и внутренней жизни организации.
50. Мероприятия, используемые для представления фирмы, ее деятельности, нового продукта.
51. Комплекс средств PR - основа формирования имиджа фирмы.
52. Цель службы PR
53. Организация устойчивых связей с финансовыми институтами.
54. Пресс-центры (службы) в госорганах, их роль в установлении связей с общественностью.
55. Планирование PR.
56. Организация и проведение PR-кампании.
57. Принципы формирования системы массовых коммуникаций.
58. Технологии, применяемые во «внутреннем пиаре».
59. Информационные и коммуникационные технологии при проведении рекламных и PR-кампаний.
60. PR-кампании претендентов на пост Президента КР при выборной кампании.

Темы курсовых проектов по дисциплине «Связи с общественностью»

1. PR в избирательных кампаниях (на примере выборов в местные кенешы)
2. Спонсорство как средство PR
3. Организация спецмероприятий как средство PR:
День открытых дверей, презентация, брифинг, пресс-конференция, официальный прием, юбилей и др. (на выбор)
4. PR в продвижении фирмы
5. Выставки как средство PR
6. Использование СМИ в организации PR-мероприятий (пресса, электронные СМИ - на выбор)
7. Организация Ток-шоу

Рекомендуемая литература

1. PRonline.ru
2. www.soob.ru
3. www.sovetnik.ru
4. Алешина И. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. М., 1997
5. Англо-русский словарь рекламных терминов. М. 1994
6. Бибаева Н. Как продавать рекламу, или Спасение плана продаж в кризис. СПб.: Питер, 2009
7. Блэк С. Что такое Паблик Рилейшнз ?
8. Бове Арене Современная реклама. Довгань., 1995.
9. Бостонова П.З. Связи с общественностью. Б., 2008

- 10.Брендмайер К. Мастер словесной атаки: как воздействовать на людей магией слова. Ростов н/Д., Краснодар, 2008
- 11.Викентьев И.Л. Приемы рекламы и ПР. Санкт-Петербург, 1998
- 12.Витале Дж. Гипнотические рекламные тексты: как искушать и убеждать клиентов одними словами. М., 2010
- 13.Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: Основы медиа-релейшнз. М., 2007
- 14.Джей Э. Эффективная презентация/ Э. Джей; Пер. с англ. Т.А. Сиваковой = Effective Presentation/ Antony Jay. -Минск: Амалфея, 1996
- 15.Почепцов Г. Паблик релейшнз. М., 1998.
- 16.ПР: международная практика. Изд. Дом «Довгань», 1997.
- 17.Фоли Дж. Энциклопедия знаков и символов. М. 1996.
- 18.Шарков Ф.И.Паблик Релейшнз. М.2008

Тематика курсовых работ по дисциплине «Основы рекламного дела»

1. Реклама в малом и среднем бизнесе
2. Технология продаж рекламных услуг
3. Управление качеством рекламы
4. Творческие основы создания рекламы
5. Технологии позиционирования
6. Жанры рекламы
7. Рекламная деятельность газеты «...»
8. Рекламная деятельность журнала «...»
9. Рекламная деятельность компании «...»
- 10.Глоссарий рекламных терминов
- 11.Жанры печатной рекламы
- 12.Жанры телевизионной рекламы
- 13.Особенности рекламы в Интернет
- 14.Реклама в сфере туризма
- 15.Имиджевая реклама
- 16.Особенности рекламы на радио
- 17.Особенности рекламы на ТВ
- 18.Работа с рекламодателями
- 19.Функции рекламы
- 20.Основные носители рекламы
- 21.Воздействие рекламы на потребителя
- 22.Правовые основы рекламной деятельности
- 23.Социальная реклама
- 24.Политическая реклама
- 25.Роль исследований при проведении рекламной кампании

26. Медиапланирование
27. Наружная реклама
28. Витрины как средство рекламы
29. Внутримагазинная реклама
30. Особенности рекламы в малом бизнесе
31. Знаки и символы в рекламе
32. Компьютеризированная реклама
33. Продажа рекламных возможностей
34. POS-материалы
35. Виды и формы скрытой рекламы
36. Рекламная фото- и видеосъемка
37. Фирменный стиль (ФС) в рекламе
38. Телекоммуникационная реклама
39. Рекламные агентства КР
40. Рекламный рынок КР

Рекомендуемая литература

1. www.3575.ru
2. www.demis-advert.ru
3. www.ra-agency.ru
4. www.reklama-agency.ru
5. Александрова Н. Выставочный менеджмент. Ростов н/Дону, 2001
6. Алешина И. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. М., 1997
7. Англо-русский словарь рекламных терминов. М. 1994.
8. Асеева Е.Н., Асеев. П.В Организация рекламной компании. М., 1997.
9. Бибаева Н. Как продавать рекламу, или Спасение плана продаж в кризис. СПб.: Питер, 2009
10. Бове Арене Современная реклама. Довгань., 1995.
11. Брендмайер К. Мастер словесной атаки: как воздействовать на людей магией слова. Ростов н/Д., Краснодар, 2008
12. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и ПР. Санкт-Петербург, 1998
13. Витале Дж. Гипнотические рекламные тексты: как искушать и убеждать клиентов одними словами. М., 2010
14. Гольман И.А Рекламное планирование. М., 1998.
15. Гольман И.А. Рекламное планирование М., 1996.
16. Грановский. Творческая реклама.
17. Дейан. Реклама СП. 2004
18. Делл Д. Учебник по рекламе. Минск, 1996
19. Джером А., Д. Жулер. Креативные стратегии в рекламе. С-П. 2002
20. Джо Фэй М. Реклама, маркетинг, дизайн в Интернете.
21. Донцов А.И. Экономические результаты рекламной восприимчивости. М. «Эксмо», 2007
22. Кафтанджиев Х.К. Тексты печатной рекламы М., 1995
23. Костина А.В. Эстетика рекламы. М. 2003

- 24.Кромптон. А.Мастерская рекламного текста. Тольятти, 1995.
- 25.Ляпина Т. В. Политическая реклама Киев, 2000.
- 26.Мокшанцев Р.И. Психология рекламы М, 2000.
- 27.Музыкант В.Л. Реклама в действии. М., 2008
- 28.Музыкант В.Л. Реклама. Международный опыт и российские традиции. М.,1996.
- 29.Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы.
- 30.Назайкин А. Рекламная деятельность газет и журналов М., 2002.
- 31.Огилви Д. О рекламе. М.«Эксмо», 2008
- 32.Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность. М., 1998.
- 33.Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность. М., 1998.
- 34.Почепцов Г. Паблик рилейшнз. М., 1998.
- 35.Ромат Е. Реклама. Киев, 1996.
- 36.Тулупов В.В.. Газета: маркетинг, дизайн, реклама (новые тенденции в издании газет). Воронеж, 2001.
- 37.Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело. М., 1998.
- 38.Ученова. В.В. История рекламы. М. 2002
- 39.Феофанов О. Реклама: новые технологии в России. С-Пб.
- 40.Фоли Дж. Энциклопедия знаков и символов. М., 1996.
- 41.Шепилова Г.Г Введение в рекламоведение. М 2002 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ

КЫРГЫЗСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им.и.РАЗЗАКОВА

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

КАФЕДРА «Экономическая журналистика и реклама»

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине: _____

на тему: _____

Выполнил: _____

Руководитель: _____

Бишкек- 20__г.

