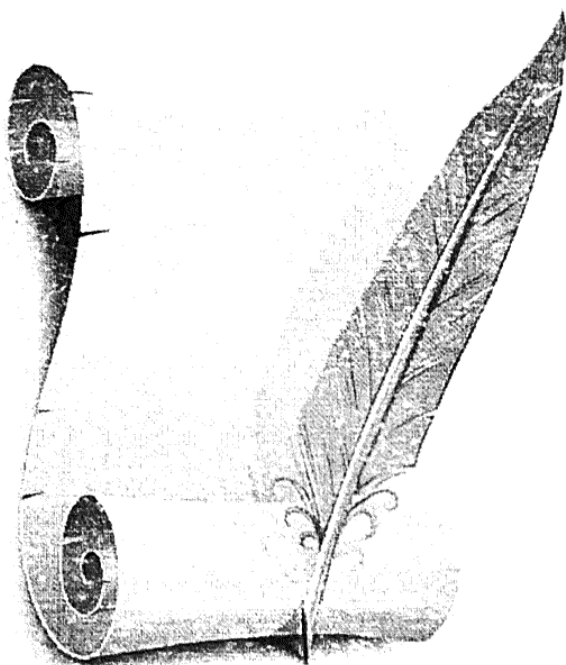


**ТРЕБОВАНИЯ
К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНАМ НАПРАВЛЕНИЯ
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**



Владивосток
2014

Министерство образования и науки Российской Федерации
Дальневосточный федеральный университет
Школа гуманитарных наук

**ТРЕБОВАНИЯ
К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНАМ НАПРАВЛЕНИЯ
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Учебно-методическое пособие

Владивосток
Дальневосточный федеральный университет
2014

УДК 378.14

ББК 74.58

T66

Коллектив авторов:

А. С. Паначёва, канд. полит. наук, доцент (отв.ред); *И. С. Гладкова*, ст. преподаватель; *Л. Ю. Григорьева*, ст. преподаватель; *Р. А. Захаркин*, канд. социол. наук, ст. преподаватель; *Т. А. Жукова*, канд. филол. наук, доцент; *С. А. Осинская*, ст. преподаватель; *Л. С. Павелкина*, канд. полит. наук, доцент; *П. Ю. Самойленко*, к.полит. наук, доцент; *П. В. Ушанов*, к. полит. наук, доцент; *В. А. Попиль*, ассистент; *Н. В. Шульгина*, ст. преподаватель; *А. С. Хижнякова*, ассистент

Рецензенты:

В. Ф. Печерица, д-р. ист. наук, профессор кафедры международных отношений ШРМИ ДВФУ;
Е. П. Володарская, канд. ист. наук, завкафедрой государственного и муниципального управления ШЭН ДВФУ.

Требования к оформлению курсовой работы по дисциплинам
T66 **направления «Реклама и связи с общественностью» : учебно-методич. пособие / А. С. Паначёва [и др.] ; [отв. ред. А. С. Паначёва]. – Владивосток : Дальневост. федерал. ун-т, 2014. – 28 с.**

Издание адресовано студентам 1-4 курсов очной (3-5 курсов заочной) форм обучения по направлению бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» Школы гуманитарных наук ДВФУ.

В учебно-методическом пособии даются характеристики основных разделов курсовой работы: введение, главы, заключение, список литературы и приложения, приводится подробное описание оформления списка литературы, сносок.

УДК 378.14

ББК 74.58

© Паначёва А.С., Гладкова И.С., Григорьева Л.Ю.,
Захаркин Р.А., Жукова Т.А., Осинская С.А.,
Павелкина Л.С., Самойленко П.Ю., Ушанов П.В.,
Попиль В.А., Шульгина Н.В., Хижнякова А.С., 2014

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
1. СТРУКТУРНЫЕ РАЗДЕЛЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	8
1.1 Титульный лист и оглавление.....	9
1.2. Введение	12
1.3. Требования к оформлению текста курсовой работы	13
2. ОФОРМЛЕНИЕ СНОСОК И СПИСКА ЛИТЕРАТУРЫ	23

ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа – самостоятельная учебная работа по основным общепрофессиональным и профильным дисциплинам учебного плана, осуществляемая под руководством преподавателя (научного руководителя).

Курсовые работы пишутся по дисциплине в сроки, соответствующие учебному плану.

Курсовая работа должна показать умение студента самостоятельно изложить проблему, выявить наиболее приоритетные вопросы, применить элементы исследования или представить собственные данные.

Цель выполнения курсовой работы – научить студентов самостоятельно применять полученные знания, анализировать, обобщать и систематизировать специальную литературу и статистические данные, исследовать теоретические и практические проблемы и др.

Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателями в соответствии с основным содержанием учебной дисциплины и утверждается на заседании кафедры.

Выбор темы курсовой работы осуществляется свободно, включая и право студента на свою тематику с подробным обоснованием необходимости ее разработки.

Подготовка курсовой работы начинается с составления плана и поиска необходимой литературы, ее проработки.

План курсовой работы согласовывается с руководителем курсовой работы.

В соответствии с утвержденным планом составляется список литературы. В элементе «Список литературы» указываются использованные источники литературы, в том числе периодические издания и электронные ресурсы.

Для быстрого подбора необходимых источников рекомендуется использовать электронные каталоги научной информации научной библиотеки и Гуманитарной школы ДВФУ, библиографические

списки, приводимые в конце используемых учебников и книг, Интернет, базы данных и т.д.

Проработка подобранной литературы заключается в поиске ответов на вопросы, сформулированные в плане курсовой работы.

На основе предварительного ознакомления с литературой и электронными ресурсами составляется первоначальный вариант плана курсовой работы. Обычно курсовая работа состоит из введения, двух-трех глав и заключения.

При составлении плана следует определить примерный круг вопросов, которые будут рассмотрены в отдельных главах, и их последовательность.

Любая тема может быть раскрыта по-разному. Но именно план курсовой работы отражает ее основные направления. План работы должен отражать основную идею работы, раскрывать ее содержание и характер. В нем должны быть выделены наиболее актуальные вопросы темы.

При составлении плана не должно быть шаблона. И все же обычно первая глава курсовой работы освещает теорию вопроса; в последующих главах излагается основной вопрос и опыт практического решения поставленной проблемы. Составленный план студент согласовывает с руководителем курсовой работы.

После завершения окончательного варианта работы научный руководитель готовит свое заключение и выставляет предварительную оценку. Окончательная оценка выставляется студенту по результатам защиты работы.

Защита курсовых работ проводится открыто в форме доклада на заседании кафедры, студенческой научно-исследовательской конференции, а также во время учебных занятий в присутствии комиссии из преподавателей кафедры рекламы и связей с общественностью.

Время доклада студента составляет до 10 минут. Доклад представляется устно, при необходимости может сопровождаться слайдами компьютерной презентации, выполненной средствами MS Office (Power Point).

Оптимальный объем курсовой работы **20-30 страниц** компьютерного текста.

Стиль написания курсовой работы предполагает безличную форму изложения от третьего лица «мы», для выражения мнения или отношения к материалу следует применять формулировки: «можно считать», «допустим, что...» и т. д. Допустимо излагать содержание от третьего лица единственного числа: «автор считает», «автор приходит к выводу» и т.д. Следует избегать неопределённых слов и выражений, например: «что-то», «кое-что», «что-нибудь», «очевидно», «общеизвестно», «само собой разумеется», «естественно» и т. п.

Основные критерии оценки курсовой работы:

- 1) Глубина анализа, умение разобраться в затронутых проблемах.
- 2) Самостоятельность, творческий подход к рассматриваемой проблеме.
- 3) Использование новейшего фактологического и статистического материала.
- 4) Полнота решения всех тех задач, которые автор сам поставил себе в работе.
- 5) Грамотность, логичность в изложении материала.
- 6) Качество оформления.

«Отлично» выставляется студенту, показавшему глубокие знания, которые применяются при самостоятельном исследовании избранной темы, умение обобщать практический материал и делать на основе анализа выводы. Курсовая работа с оценкой «отлично» может быть рекомендована на конкурс студенческих работ, использована в качестве доклада на научно-студенческой конференции.

«Хорошо» выставляется студенту, показавшему в работе и при её защите полное знание материала, всесторонне осветившему вопросы темы, но не в полной мере проявившему самостоятельность в исследовании.

«Удовлетворительно» выставляется студенту, раскрывшему в работе основные вопросы избранной темы, но не проявившему

самостоятельности в анализе или допустившему отдельные неточности содержания работы.

«Неудовлетворительно» выставляется студенту, не раскрывшему основные положения избранной темы и допустившему грубые ошибки в содержании работы.

Студент, не сдавший и не защитивший курсовую работу в срок, считается имеющим академическую задолженность.

1. СТРУКТУРНЫЕ РАЗДЕЛЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Структура письменной работы состоит из элементов:

Титульный лист

Оглавление

Основная часть (в виде глав, которые подразделяются на параграфы)

При изложении основной части курсовой работы раскрывается сущность рассматриваемого вопроса, современные подходы к его решению разных авторов, указанные в литературных источниках; проводится анализ реального состояния проблемы на примере различных предприятий и организаций; предлагаются возможные пути ее разрешения.

Заключение – в заключении подводятся итоги, исходя из поставленных во введении задач, формулируются общие выводы и даются рекомендации либо прогноз развития ситуации.

Список литературы

Приложения

Набор текста и нумерация страниц

Набор текста осуществляется на компьютере, формат листа А4 в соответствии со следующими требованиями:

- интервал междустрочный – полуторный;
- шрифт – Times New Roman;
- размер шрифта – 14 пт (в таблицах допускается 10–12 пт; в оглавлении – 12 пт). Выравнивание текста «по ширине».

Страницы должны иметь следующие размеры полей:

- левое – 25 мм;
- правое – 10 мм;
- верхнее и нижнее – 20 мм.

Все страницы работы нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Первой страницей считается титульный лист, на котором номер не ставится. На следующей

странице проставляется цифра «2» и т.д. *Порядковый номер ставится в правой нижней части страницы.*

Приложения и список литературы необходимо включать в сквозную нумерацию.

Каждая составная часть работы (глава), кроме параграфов должна начинаться с новой страницы.

Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту письменной работы и равен пяти знакам (первому положению табулятора равному 1,25 см).

1.1 Титульный лист и оглавление

На титульном листе приводят следующие данные:

- полное наименование вышестоящей организации;
- полное наименование вуза согласно Уставу;
- полное наименование школы;
- полное наименование кафедры, по заданию которой выполняется письменная работа;
- тема письменной работы;
- наименование письменной работы;
- автор письменной работы;
- наименование города и текущий год.

Курсовая работа оформляется в двух экземплярах и брошюруется, один экземпляр с приложенной электронной версией работы передается на кафедру, второй – остается у студента для продолжения раскрытия указанной темы в последующих курсовых работах и выпускной квалификационной работе.

Файл электронной версии оформляется в формате (*.doc) с указанием года, фамилии и вида работы, группы.

Пример – 2013 Петров_КР (Б4105).doc

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Иванов Сергей Петрович

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

КУРСОВАЯ РАБОТА

Регистрационный № _____
_____ А. С. Хижнякова
подпись И.О.Фамилия
« _____ » _____ 20 г.
●

Выполнил студент гр. Б4105
_____ С. П. Иванов
подпись И.О.Фамилия

Проверил к.п.н., доцент
_____ А.С. Паначёва
подпись И.О.Фамилия

оценка

г. Владивосток
2014

Оглавление

Элемент «Оглавление» размещается сразу после титульного листа.

Пример оглавления

Оглавление

Введение	3
1 Информационно-коммуникативные технологии как фактор изменения социального взаимодействия.	13
1.1 Обзор концепций информационного общества	13
1.2 Роль медиа в изменении социальных взаимодействий	8
1.3 Трансформации форматов СМК	11
2 Социально-психологические эффекты медиа	18
2.1 Сетевая организация социальных взаимодействий	18
2.2 Социальные сети как коммуникационная среда	23
2.3 Игроизация	27
Заключение.....	30
Список литературы	31
Приложение А. Конвергенция средств коммуникации	33
Приложение Б. Соотношение использования фичефонов и смартфонов	34
Приложение В. Переход интернет трафика на мобильные устройства	35

1.2. Введение

Текст введения не делят на структурные элементы (пункты, подпункты и т.д.). Элемент «Введение» размещают на следующей странице (страницах) после страницы, на которой заканчивается элемент «Оглавление».

При этом слово «Введение» записывают в верхней части страницы, на которой начинается введение, посередине этой страницы, с прописной буквы и выделяют полужирным шрифтом.

Во введении к курсовой работе необходимо отразить актуальность выбранной темы, кратко обозначить ее место и роль в изучаемой дисциплине, степень освещения в литературе, сформулировать цель работы и задачи, которые следует решить для достижения поставленной цели, кратко описать структуру работы.

Обзор научной литературы по теме включает в себя краткую характеристику значимых для данной курсовой работы основных научных работ (монографий, тематических статей, аналитических материалов и т.д.), вклад отечественных и зарубежных авторов в исследование рассматриваемого процесса, явления или иного объекта.

Описание структуры работы дается кратко, в объеме одного абзаца текста, описывается, как правило, обезличенно. Например, «работа состоит из введения, трех глав, заключения, приложений. В первой главе автор рассматривает проблемы «наименование», во второй проблему «наименование» и т.д. В заключении делаются общие выводы и обобщения».

Основная часть может содержать 2-3 главы. Главы делятся на параграфы. Параграфы на абзацы, в которых содержится небольшая, но законченная мысль. Заголовки глав и параграфов должны быть краткими, чёткими, последовательно раскрывающими содержание работы в целом. Необходимо соблюдать соответствие содержания главы или параграфа их заголовкам. В конце каждой главы и параграфа необходим логический переход к следующему. В этой связи рекомендуется заканчивать каждый параграф, главу

подведением итогов, из которых бы логически следовала необходимость дальнейшего рассмотрения проблемы.

Все главы и параграфы основной части должны быть соразмерны друг с другом по структурному делению и по объёму.

Заключение (1-2 стр.) с описанием выполненных задач и достигнутой цели, рекомендациями по применению разработок, новыми результатами. В заключении необходимо обобщить все выводы и практические рекомендации, которые были даны в работе, а также определить направления для дальнейшего исследования.

1.3. Требования к оформлению текста курсовой работы

Заголовки

Заголовки должны четко и кратко отражать содержание соответствующих глав или параграфов.

Заголовок главы печатают, отделяя от номера пробелом, начиная с прописной буквы, не приводя точку в конце и не подчеркивая. При этом номер раздела (подразделов подраздела или пункта) печатают после абзацного отступа, равным пяти знакам (первому положению табулятора равному 1,25 см).

Заголовки глав и параграфов выделяют полужирным шрифтом.

Заголовок раздела отделяется от следующего за ним текста или заголовка подраздела одной пустой строкой.

Заголовок раздела или подраздела, следующий после текста предыдущего раздела или подраздела, отделяется от него одной пустой строкой.

Пример

1 Информационно-коммуникативные технологии как фактор изменения социального взаимодействия

1.1 Обзор концепций информационного общества

Заголовки «Оглавление», «Введение», «Заключение», «Список литературы», «Приложение» выравниваются по центру. Остальные – по ширине.

Перечисления

Перечисления выделяют в тексте абзачным отступом, который используют только в первой строке. Последующие строки начинают от нулевого положения табулятора (от левой границы).

Перед каждой позицией перечисления ставят дефис. Если необходимо в тексте письменной работы сослаться на одно или несколько перечислений, то перед каждой позицией вместо дефиса ставят строчную букву, приводимую в алфавитном порядке, а после нее скобку.

Пример – Документы, обращающиеся на предприятии, классифицируют по следующим признакам:

- б) служебные;
- в) финансовые и т.д.

Или

Все документы, обращающиеся на предприятии, классифицируют по следующим признакам:

- научные отчеты;
- планирование;
- и т.д.

Для дальнейшей детализации перечисления используют арабские цифры, после которых ставят скобку, приводя их со смещением вправо на два знака относительно перечислений, обозначенных буквами. Нумерацию рекомендуется осуществлять с помощью меню MS Word («Формат» - список). Список может быть маркированный или нумерованный, нумерованный, в свою очередь, многоуровневый.

Аудиторы должны обладать знаниями и навыками в следующих областях:

а) знания и навыки в области системы менеджмента, которые должны охватывать:

- 1) применение систем менеджмента к различным организациям,
- 2) взаимодействие между компонентами системы менеджмента,

б) знания и навыки принципов функционирования организации, которые должны охватывать:

1) размер, структуру, функции организации и взаимоотношения внутри нее,

2) основные бизнес-процессы и соответствующую терминологию,

в) применяемые законы, нормы и другие требования, относящиеся к данной отрасли.

Для обозначения частей перечней используются:

1 Арабские цифры (1, 2, 3 и т. д.).

2 Арабские цифры со скобками (1) 2) 3) и т. д.) и строчные буквы со скобками (а) б) в) и т. д.).

После арабских цифр со скобками не ставится точка. При рубрицировании со скобками части текста отделяются либо запятыми, либо точками с запятыми 1)..., 2)...; . Точка ставится в конце рубрик 1. ... 2., оформленных без скобок. Прописные буквы начинают текст рубрик, оформленных арабскими цифрами без скобок 1 С... ., строчные употребляются после рубрик, оформленных цифрами и буквами со скобками 1) а...; б) м...; .

Пример -

1 Текст... .

а) текст... ;

1) текст... ,

- текст;

Таблицы

Таблицы применяют для характеристики точных данных, лучшей наглядности и удобства сравнения показателей (параметров, размеров и т.п.), а также сопоставимости информации, полученной из разных источников.

Табличную форму целесообразно применять, если различные показатели могут быть сгруппированы по какому-либо общему признаку (например, физико-химические показатели и т.п.), а каждый из

Таблицы оформляют в соответствии с рисунком 1.

Diagram illustrating the structure of a table with labels:

- Головка** (Header): Indicated by a bracket on the left side, encompassing the first two rows of the table.
- Заголовки граф** (Column Headers): Indicated by a bracket on the right side, encompassing the first row of the table.
- Подзаголовки граф** (Sub-headers): Indicated by a bracket on the right side, encompassing the second row of the table.
- Строки (горизонтальные ряды)** (Rows (horizontal rows)): Indicated by a bracket on the right side, encompassing the last three rows of the table.
- Боковик (графа для заголовков строк)** (Side header (column for row headers)): Indicated by a bracket at the bottom, encompassing the first column of the table.
- Графы (колонки)** (Columns): Indicated by a bracket at the bottom, encompassing the remaining four columns of the table.

Головку таблицы отделяют от основной части таблицы двойной линией.

При необходимости краткого пояснения и/или уточнения содержания таблицы приводят ее наименование, которое записывают с прописной буквы над таблицей после ее номера, отделяя от него тире. При этом точку после наименования таблицы не ставят.

Таблицы нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах всего текста письменной работы, за исключением таблиц приложений.

Таблицы каждого приложения нумеруют арабскими цифрами отдельной нумерацией, добавляя перед каждым номером обозначение данного приложения и разделяя их точкой, например, «Таблица Б.1» или «Таблица В.3».

На все таблицы в тексте письменной работы должны быть ссылки. При ссылке в тексте письменной работы следует писать слово «Таблица» с указанием ее номера.

Пример – Результаты социологического опроса предоставлены в таблице 4.

В тексте письменной работе даются ссылки на таблицы приложений.

Пример – Характеристики потребительского спроса приведены в таблице А.1 (См. приложение А).

Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана на нее ссылка, или на следующей странице, а при необходимости - в приложении письменной работы.

Таблицу с большим количеством строк переносят на другую страницу (делят на части). При делении таблицы на части слово «Таблица», ее номер и наименование помещают только над первой частью таблицы, а над другими частями приводят выделенные курсивом слова «Продолжение таблицы» или «Окончание таблицы» с указанием номера таблицы в соответствии с рисунком 2.

Т а б л и ц а 2 – Результаты опроса

в процентах

Город	Отношение к показанному рекламному ролику					
	положительное		отрицательное		нейтральное	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Москва	60	50	10	10	30	40
Санкт-Петербург	40	50	20	10	40	40
Томск	65	70	5	15	30	15
Тверь	60	60	16	8	24	32
Новосибирск	51	46	6	10	44	44
Красноярск	80	75	2	3	18	22
Иркутск	60	60	8	3	32	37

Город	Отношение к показанному рекламному ролику					
	положительное		отрицательное		нейтральное	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Хабаровск	62	59	14	11	24	30
Владивосток	82	78	1	4	17	18

Рисунок 2 – Пример деления (переноса) таблицы на части

Графический материал

Графический материал (чертеж, схему, рисунок, диаграмму и т.п.) помещают в письменную работу для установления или иллюстрации отдельных свойств (характеристик) объекта исследования или выполнения поставленной задачи, а также для пояснения текста с целью его лучшего понимания и наглядности.

Графический материал располагают по центру непосредственно после текста, в котором о нем упоминается впервые, или на следующей странице, а при необходимости в отдельном приложении.

Любой графический материал (чертеж, схема, рисунок и т.д.) обозначают в письменной работе словом «Рисунок».

Графический материал, за исключением графического материала приложений, нумеруют арабскими цифрами, как правило, сквозной нумерацией, приводя эти номера после слова «Рисунок».

Пример – Оформление графического материала

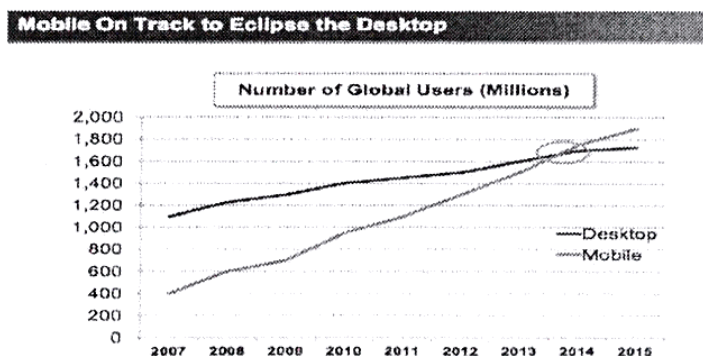


Рисунок 1 - Переход интернет трафика на мобильные устройства

Приложения

Материал, дополняющий основную часть письменной работы, оформляют в виде приложений, которые помещают после элемента «Список литературы». В приложениях целесообразно приводить графический материал большого объема и/или формата, таблицы большого формата, методы расчетов, описания алгоритмов и т.д.

По статусу приложения могут быть обязательными, рекомендуемыми или справочными.

Приложения обозначают прописными буквами русского алфавита, начиная с А (за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ), которые приводят после слова «Приложение».

В случае полного использования букв русского алфавита приложения обозначают арабскими цифрами.

Если в работе одно приложение, то ему присваивают обозначение «А».

Каждое приложение начинают с новой страницы. При этом в верхней части страницы, посередине, приводят и выделяют полужирным шрифтом слово «Приложение», записанное строчными буквами с первой прописной, и обозначение приложения. Под ними в скобках указывают статус приложения, используя слова: «обязательное», «рекомендуемое» или «справочное», если это необходимо.

Приложение должно иметь заголовок, который располагают симметрично относительно текста, приводят в виде отдельной строки (или строк), печатают строчными буквами с первой прописной и выделяют полужирным шрифтом.

Если приложение размещается на нескольких страницах, слово «Приложение» указывают только на первой странице данного приложения.

Для удобства в приложении может быть приведена информация о том, какой структурный элемент основной части письменной работы дополняет данное приложение. Эта информация может быть приведена в скобках после заголовка приложения или в сноске к нему.

Приложение Г

Дополнительные требования для определения структуры потребительского спроса

Приложения должны иметь общую с основной частью письменной работы сквозную нумерацию страниц.

В тексте письменной работы должны быть даны ссылки на все приложения.

При ссылках на отдельные приложения используют слова:
«... в соответствии с приложением А».

Написание дат и чисел

В современных документах принята стандартная форма написания дат.

Пример – 05.09.2006.

Допускается словесно-цифровой способ оформления даты.

Пример – 03 сентября 2006 г.

Все виды некалендарных дат, т.е. начинающихся в одном году, а заканчивающихся в другом, пишут через косую черту.

Пример – 2006/07 учебный год.

Десятилетия сокращенно обозначают несколькими способами.

Примеры

1 80-е годы IX века.

2 В 1987-2003гг.

3 Но, в период 1870-1898 годов.

Слово «год» опускается при датах в круглых скобках.

Пример – Французская буржуазная революция (1789-1793).

Порядковые числительные пишутся словами и со строчной буквы в словосочетаниях типа: *делегаты на третью научно-практическую конференцию*.

Порядковые числительные, обозначаемые арабскими цифрами, пишутся с наращением падежного окончания.

Примеры

1 80-е годы.

2 3-й курс.

Написание порядковых числительных, обозначенных арабскими цифрами с наращением падежного окончания, может быть:

– однобуквенным, если последней букве числительного предшествует гласная;

Примеры

1 3-й; 3-е; 3-м; 23-м;

2 19 %-й

– двухбуквенным, если последней букве числительного предшествует согласная;

Примеры

1 5-го; 5-му.

2 50-ти.

Если подряд идут два порядковых числительных, обозначенных арабскими цифрами и разделенных запятой или соединенных союзом, падежное окончание наращивается у каждого.

Примеры

1 3-й, 4-й курс.

2 В 1-ю и 2-ю группы.

Не требует наращения падежных окончаний такие порядковые числительные, обозначенные арабскими цифрами, как номера томов, страниц, глав, рисунков и т.п., если родовое слово предшествует числительному.

Примеры

1 В таблице 4.

2 Глава 8.

3 Страница 15.

Римские цифры допускается применять только для обозначения сорта (категории, класса), валентности химических элементов, века, кварталов года, порядковых номеров конференций, годовщин, спортивных состязаний.

Примеры

1 III квартал.

2 XXI век.

3 IV съезд.

4 Специалист II категории.

В остальных случаях для установления числовых значений применяют арабские цифры.

2. ОФОРМЛЕНИЕ СНОСОК И СПИСКА ЛИТЕРАТУРЫ

Список литературы состоит из разделов по степени значимости источниковедческой информации от нормативных актов, монографий, статей до электронных источников.

Не допускается сокращать любые заглавия в любой области (за исключением случаев, когда сокращения имеются в самом источнике информации) и общее обозначение материала.

Нумерация списка литературы сквозная.

Рекомендуемое количество источников и литературы, необходимых для достаточного раскрытия исследуемой темы, не менее **25 источников**.

Источники на иностранном языке оформляются после всех рубрик литературы на русском языке с выделением раздела – Литература на иностранном языке.

В каждом разделе список сортируется по алфавиту фамилий или названий сборников, кроме раздела Нормативно-правовых актов, где Конституция РФ (при наличии) ставится на первое место как нормативно-правовой акт, имеющий высшую юридическую силу, все последующие правовые акты сортируются по алфавиту названия.

Пример оформления списка литературы

Список литературы

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации: офиц. текст. - М.: Приор, 2011 – 32 с.
2. О рекламе: Федеральный закон №38-ФЗ от 13.03.2006 // Актуальное законодательство. – М. : Эксмо, 2011. – С. 5-64.
3. О ратификации Конвенции об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности : Федеральный закон от 28 мая 2001. № 62-ФЗ. // Собрание законодательства. – 2001. - №23. – Ст. 2280.

4. Об особых экономических зонах в Российской Федерации : Федеральный закон от 22.07.2005. №116-ФЗ (с изменен. на 30.10.2007 г.) // Собрание законодательства РФ. 2005. - №30 (ч.II), 25 июля. - ст.3127.

Монографии, исследования

5. Алтунина, И. Р. Структура и развитие мотивов социального поведения / И. Р. Алтунина. – М. : Изд-во Московского психолого-социального института, 2006. – 159 с.

6. Анисимов, С. Управление проектами. Российский опыт / С. Анисимов, Е. Анисимова. – СПб. : Вектор, 2006. – 261 с.

7. Буданцев, Ю. П. Системность в изучении массовых информационных процессов / Ю. П. Буданцев. – М. : Изд-во Ун-та дружбы народов, 2006. – 166 с.

8. Галумов, Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э. А. Галумов. – М. : Известия, 2003. – 316 с.

9. Гермогенова, Л. Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации / Л. Ю. Гермогенова. – М. : РусПартнер Лтд, 2005. – 252 с.

10. Михеев, В. И. Социально-психологические аспекты управления. Стиль и метод работы руководителя / В. И. Михеев. – М. : Молодая гвардия, 1996. – 268 с.

11. Надо, Р. Живые бренды. Новый подход к созданию и продвижению брендов / Р. Надо. – М. : Гребенников, 2009. – 97 с.

12. Санникова, А. Г. Оценка брендов и товарных знаков: от теории к практике / А. Г. Санникова. – М. : ВНИИПИ, 2001. – 127 с.

13. Федоров, Д. Неформальные маркетинговые коммуникации: новые перспективы на российском рынке / Д. Федоров. – М., 2007. – 105 с.

Статьи

14. Константиновский, Л. Э. Создание конкурентоспособного бренда / Л. Э. Константиновский // Российский экономический журнал. – 2009. – № 2. – С. 32-36.

15. Миронова, Ю. Что нужно знать о брендах? / Ю. Миронова // Информация и бизнес. – 2000. – № 3. – С. 54-55.

16. Перция, В. М. Развитие бренда во времени / В. М. Перция // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2000. – № 5. – С. 51-55.

17. Тульчинский, Г. Л. Оценка эффективности работы PR-службы / Г. Л. Тульчинский // PR в России. – 2004. – №7. – С. 16-20.

Учебники и учебные пособия

18. Головлева, Е. Л. Основы рекламы : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. – М. : МГСА, 2002. – 362 с.

19. Ермаков, В. В. Рекламное дело : учеб. пособие / В. В. Ермаков. – М.: НПО «МОДЭК», 2004. – 264 с.

20. Макашев, М. О. Бренд : учеб. пособие для вузов / М. О. Макашев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 207 с.

Электронные ресурсы

21. Волошин, С. Д. Эффективный рекламный текст? [Электронный ресурс] / С. Д. Волошин. – Электрон. дан. – URL: <http://stereo-vario.com/reklamny-tekst.html>

22. Люшер, М. Оценка личности посредством выбора цвета [Электронный ресурс] / М. Люшер / Астропсихологический центр – Электрон. дан. – URL: <http://www.aquarun.ru/psih/ct/ct5.html>

23. Мокшанцев, Р. Психология цвета в рекламе [Электронный ресурс] / Р. Мокшанцев / Гильдия мастеров. – Электрон. дан. – URL: <http://www.gm-print.ru/info/marketing/psy.html>

24. Пронин, С. Креативная реклама [Электронный ресурс] / С. Пронин / PRinfo. – Электрон. дан. – URL: www.prinfo.ru/modules/article.php?storyid=70&storypage=9

Литература на иностранном языке

25. Janssens D. Habeas Corpus?: Pierre Manent and the Politics of Europe / D. Janssens // European Journal of Political Theory. - 2006. - № 5. - P. 171-190.

Не допускается сокращать любые заглавия в любой области (за исключением случаев, когда сокращения имеются в самом источнике информации) и общее обозначение материала.

Оформление ссылок

Библиографическая ссылка является частью справочного аппарата документа и служит источником библиографической информации о документах – объектах ссылки. Для подтверждения собственных доводов ссылкой на авторитетный источник или для критического разбора того или иного произведения печати следует приводить цитаты.

Общие требования к цитированию следующие:

1. Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания.

2. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого текста и без искажений мысли автора. Пропуск слов, предложений, абзацев при цитировании допускается без искажения цитируемого текста и обозначается многоточием. Оно ставится в любом месте цитаты (в начале, в середине, в конце).

3. При цитировании каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка: общие требования и правила составления.

4. При не прямом цитировании (при пересказе, при изложении мыслей других авторов своими словами) следует быть предельно точным в изложении мыслей автора и корректным при оценке излагаемого, давать соответствующие ссылки на источник.

По составу элементов библиографическая ссылка может быть

полной или краткой, в зависимости от вида ссылки, ее назначения, наличия библиографической информации в тексте документа.

Полную ссылку, предназначенную для общей характеристики, идентификации и поиска документа – объекта ссылки, составляют в соответствии с оформлением списка литературы.

Краткую ссылку, предназначенную только для поиска документа – объекта ссылки, составляют на основе принципа лаконизма в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка: общие требования и правила составления.

Пример оформления ссылки

«Интернет для PR-специалиста – это глобальная совокупность виртуальных коммуникационных возможностей и новая информационная реальность, способная оказывать существенное влияние на механизмы управления восприятием»¹.

Ссылки нумеруют в последовательном порядке (1, 2, 3...) *в пределах каждой страницы.*

При **повторных ссылках** полное описание источника дается только при первой ссылке. В последующих ссылках указывают элементы, позволяющие идентифицировать документ, а также элементы, отличающиеся от сведений в первичной ссылке. Предписанный знак точку и тире заменяют точкой.

Если несколько ссылок на один и тот же источник приводится на одной странице, то в сносках проставляют слова «**Там же**» и номер страницы, на которую делается ссылка. (Пример)²

Параметры ссылок:

- интервал междустрочный – одинарный;
- шрифт – Times New Roman;
- размер шрифта – 10 пт. Выравнивание текста «по ширине».
- абзацный отступ отсутствует.

При цитировании с источника в ссылке нужно указать конкретную страницу, на которой размещен цитируемый отрывок (или страницы).

Пример

Гермогенова, Л. Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации / Л. Ю. Гермогенова. – М. : РусПартнер Лтд, 2005. – С. 21.

¹ Чумиков А.Н. Актуальные связи с общественностью. Сфера, генезис, технологии, области применения, структур / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М. : Высшее образование, 2009. С. 318.

² Там же. С. 312.

Учебное издание

**Паначёва Анна Сергеевна,
Гладкова Ирина Сергеевна,
Григорьева Лариса Юрьевна и др.**

**Требования
к оформлению курсовой работы
по дисциплинам направления
«реклама и связи с общественностью»**

Учебно-методическое пособие

В авторской редакции

Компьютерная верстка и дизайн обложки *Е.П. Давыгора*

Подписано в печать 24.04.2014.

Формат 60×84 / 16. Усл. печ. л. 1,62. Уч.-изд. л. 1,51.

Тираж 20 экз. Заказ 214.

Дальневосточный федеральный университет
690091, г. Владивосток, ул. Суханова, 8

Отпечатано в типографии
Дирекции публикационной деятельности ДВФУ
690990, г. Владивосток, ул. Пушкинская, 10