

Андрей Алексеевич Булков

История рекламы и PR:

Алгоритм создания курсовой работы



16+

Андрей Булков

**История рекламы и PR: Алгоритм
создания курсовой работы**

«ЛитРес: Самиздат»

2018

Булков А. А.

История рекламы и PR: Алгоритм создания курсовой работы /
А. А. Булков — «ЛитРес: Самиздат», 2018

Методическое пособие «История рекламы и PR: Алгоритм создания курсовой работы» предназначено для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и обеспечивает методическое сопровождение научных исследований по учебной дисциплине «История рекламы и PR». Методические указания направлены на углубление теоретических исследовательских знаний и формирование у бакалавров практических навыков выполнения научных исследований. В указания включены примеры разделов курсового исследования. Описаны подходы к разработке методологического аппарата. Представлен алгоритм создания структуры курсовой работы.

Введение

Методическое пособие «История рекламы и PR: Алгоритм создания курсовой работы» представляет собой издание, в котором обобщены подходы к выполнению курсовых работ по учебной дисциплине «История рекламы и PR» по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Содержательно представленное методическое пособие «История рекламы и PR: Алгоритм создания курсовой работы» включают в себя следующие разделы:

- общие подходы к созданию курсовой работы по учебной дисциплине «История рекламы и PR»;
- подходы к созданию раздела «Введение»;
- формирование структуры курсовой работы;
- создание первой главы курсового исследования;
- подходы к созданию эмпирической главы курсовой работы по учебной дисциплине «История рекламы и PR»;
- подходы к созданию раздела «Заключение» курсовой работы по учебной дисциплине «История рекламы и PR»;
- разработка раздела курсовой работы «Глоссарий»;
- рекомендации по созданию и оформлению списка использованных источников и литературы для курсовой работы по учебной дисциплине «История рекламы и PR»;
- приложение.

В приложении к методическому пособию «История рекламы и PR: Алгоритм создания курсовой работы» представлены основные материалы и документы, которые необходимо представить обучающемуся, начиная от задания к курсовой работе, заканчивая глоссарием.

Таким образом, методическое пособие «История рекламы и PR: Алгоритм создания курсовой работы» является обобщением имеющегося материала по подготовке и выполнению текста курсовой работы по учебной дисциплине «История рекламы и PR».

Общие подходы к созданию курсовой работы по учебной дисциплине «История рекламы и PR»

Работа над курсовой работой начинается с включения приложения Microsoft Word.

Затем входим в раздел «Разметка страницы», выбираем опцию «Поля», устанавливаем поля: слева 30 мм, сверху и снизу 20 мм, справа 10-15 мм.

После этого вставляем титульный лист курсовой работы, образец его заполнения представлен в приложении 1. Страница титульного листа не нумеруется.

Далее вставляем лист с заданием к курсовой работе. Данный документ разрабатывается преподавателем для каждого студента и выдается или пересылается через электронную почту. Образец его заполнения представлен в приложении 2. Страница с заданием к курсовой работе не нумеруется.

Затем оформляем раздел курсовой работы «СОДЕРЖАНИЕ».

Страница «СОДЕРЖАНИЕ» начинается с нового листа и нумеруется. Внизу страницы по центру необходимо установить цифру 3.

Требования к тексту названия раздела «СОДЕРЖАНИЕ»:

- уровень 1;
- выравнивание по центру;
- шрифт Times New Roman, полужирный, размер 14;
- цвет текста авто или чёрный;
- все буквы большие;
- межстрочный интервал – 1,5 строки;
- первая строка – нет.

В опции «Абзац» устанавливаем параметры, представленные на рисунке 1.

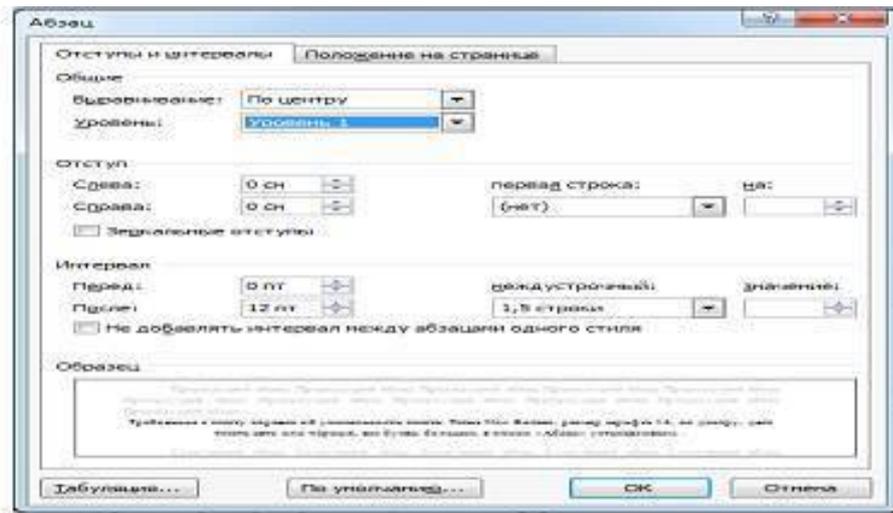


Рис. 1. Требования к тексту заголовков первого уровня

Рисунки подписываются снизу.

Требования к тексту подписи к рисункам:

- уровень – основной текст;
- выравнивание по левому краю;
- шрифт Times New Roman, курсив, размер 14;
- цвет текста авто или чёрный;
- первая буква большая, остальные строчные, точка в конце не ставится;
- межстрочный интервал – 1,5 строки;
- первая строка – нет.

В опции «Абзац» устанавливаем параметры, представленные на рисунке 2.

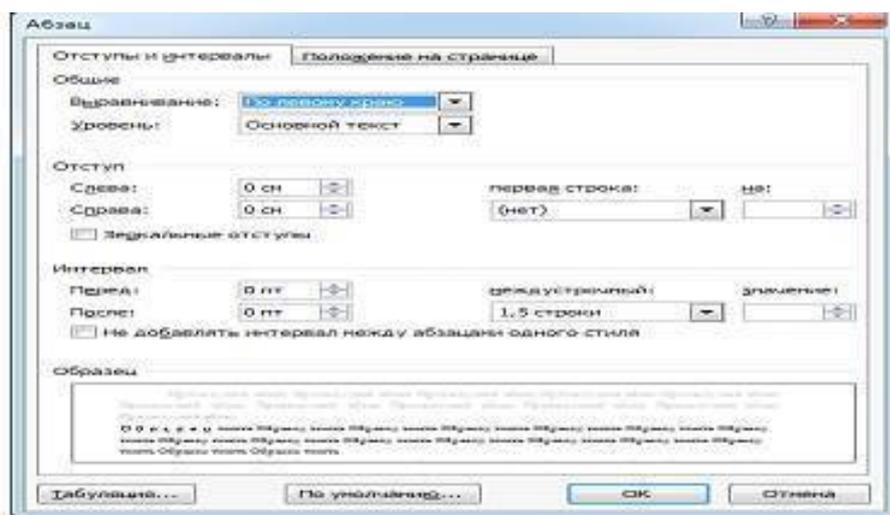


Рис. 2. Требования к тексту подписи к рисункам

На каждый рисунок делаем сноску. Варианты сносок: составлено автором или указывается источник, откуда взят рисунок.

Для того чтобы вставить сноску входим в опцию «Ссылки». Выбираем стрелку около надписи «Сноски». Нажимаем на неё. Устанавливаем параметры сносок (см. рис. 3). Затем нажимаем кнопку «Вставить».

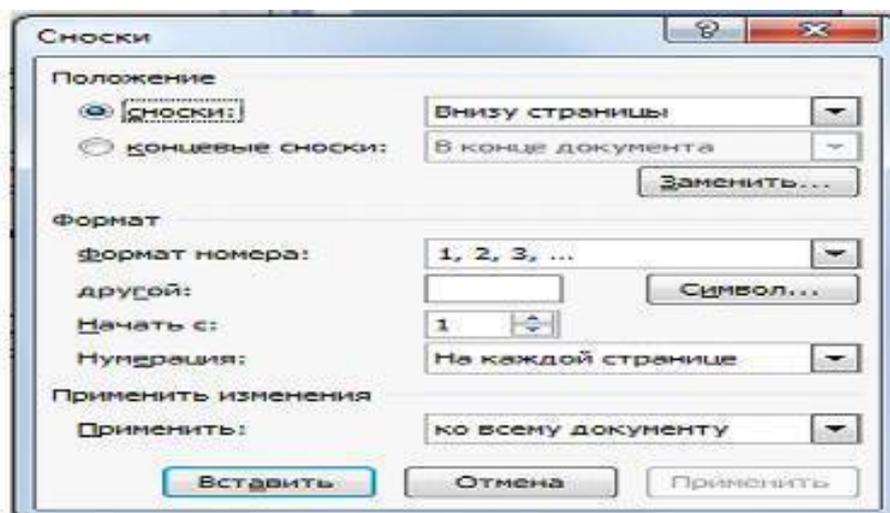


Рис. 3. Параметры сносок

Требования к тексту сноски:

- уровень – основной текст;
- выравнивание по ширине;
- шрифт Times New Roman, курсив, размер 12;
- цвет текста авто или чёрный;
- первая буква большая, остальные строчные;
- межстрочный интервал – 1,5 строки;
- первая строка – нет.

В опции «Абзац» устанавливаем параметры, представленные на рисунке 4.

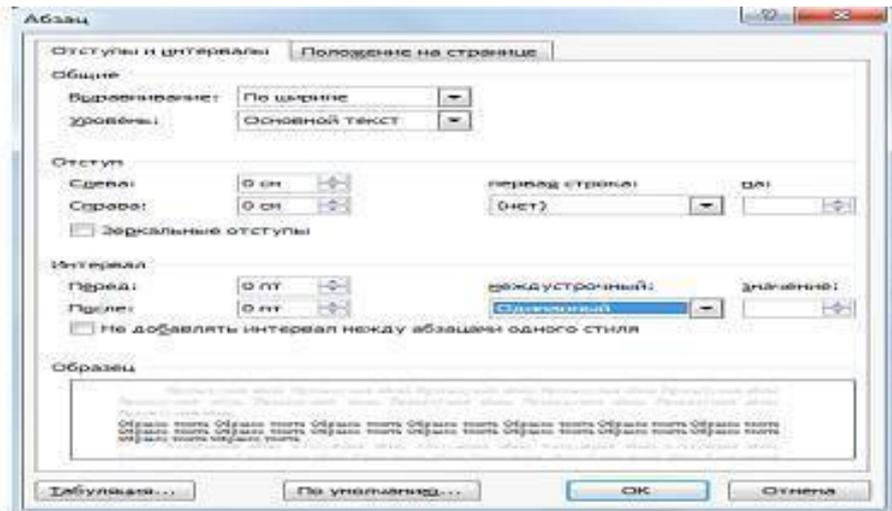


Рис. 4. Требования к тексту сносок

Требования к тексту названия таблицы:

- уровень – основной текст;
- выравнивание по левому краю;
- шрифт Times New Roman, курсив, размер 14;
- цвет текста авто или чёрный;
- первая буква большая, остальные строчные, точка в конце не ставится;
- межстрочный интервал – 1,5 строки;
- первая строка – нет.

Таблица 2.1 - Общая характеристика респондентов

Показатель	Количественные характеристики			
	Мужской		женский	
Пол	5 человек		45 человека	
	10%		90%	
Возраст	менее 18	18-24	больше 24	
	2 человека	41 человек	7 человек	
	4%	82%	14%	
Место проживания	Москва	МО	другой регион РФ	
	25 человек	4 человек	21 человек	
	50%	8%	42%	
Образование	среднее	среднее профессиональное	неоконченное высшее	высшее
	3 человека	8 человек	28 человек	11 человек
	6%	16%	56%	22%

Рис. 5. Пример оформления таблицы

В опции «Абзац» устанавливаем параметры, представленные на рисунке 2.

Таблица подписывается сверху.

На каждую таблицу делаем сноску. Варианты сносок: составлено автором или указывается источник, откуда взят рисунок.

Требования к тексту сноски:

- уровень – основной текст;
- выравнивание по ширине;
- шрифт Times New Roman, курсив, размер 12;
- цвет текста авто или чёрный;
- первая буква большая, остальные строчные;
- межстрочный интервал – 1,0 строки;
- первая строка – нет.

В опции «Абзац» устанавливаем параметры, представленные на рисунке 4.

В каждой сноске обязательно указываются страницы источника. Общее количество страниц – 122 с. Конкретная страница – С. 122. Интервал страниц: С. 144 – 168.

Подходы к созданию раздела курсовой работы «Введение»

Приступаем к следующему этапу работы над курсовой работы. Начинаем оформление раздела курсового исследования «**ВВЕДЕНИЕ**».

Страница «**ВВЕДЕНИЕ**» начинается с нового листа и нумеруется. Внизу страницы по центру необходимо установить цифру 4.

Требования к тексту названия раздела «**ВВЕДЕНИЕ**»:

- уровень 1;
- выравнивание по центру;
- шрифт Times New Roman, полужирный, размер 14;
- цвет текста авто или чёрный;
- все буквы большие;
- межстрочный интервал – 1,5 строки;
- первая строка – нет.

В опции «Абзац» устанавливаем параметры, представленные на рисунке 1.

Затем разрабатываем содержание раздела «**ВВЕДЕНИЕ**».

Требования к тексту раздела «**ВВЕДЕНИЕ**»:

- уровень – основной текст;
- выравнивание по ширине;
- шрифт Times New Roman, размер 14;
- цвет текста авто или чёрный;
- межстрочный интервал – 1,5 строки;
- первая строка – 1,25.

В опции «Абзац» устанавливаем параметры, представленные на рисунке 6.

– направленность на формирование благоприятного образа фирмы.

Далее формулируем исследовательские задачи.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие исследовательские задачи:

- провести комплексный теоретический анализ источников по проблеме сущности и содержания современной рекламы;
- проанализировать содержание и обобщить источниковую базу по видам современной рекламы;
- провести теоретический анализ отечественной и зарубежной литературы по характеристикам престижной рекламы;
- разработать методологию и методику курсового исследования;
- организовать и провести количественное исследование и обработать его результаты;
- обобщить характеристики престижной рекламы и разработать рекомендации по их применению в современной рекламной практике.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.