МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ТА PR ДІЯЛЬНОСТІ

Методичні рекомендації до написання курсових робіт

для студентів спеціальності 061 "Журналістика" першого (бакалаврського) рівня

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2021

УДК 659.4(07.034)
О-64

Укладач Г. О. Холодний

Затверджено на засіданні кафедри управління соціальними комунікаціями.

Протокол № 9 від 06.04.2021 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

О-64 **Організація** рекламної та PR діяльності [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до написання курсових робіт для студентів спеціальності 061 "Журналістика" першого (бакалаврського) рівня / уклад. Г. О. Холодний. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 39 с.

Розглянуто порядок написання, оформлення та захисту курсової роботи з навчальної дисципліни. Наведено орієнтовний перелік тем, що пропонуються до розгляду, вимоги до структури, обсягу, змісту та оформлення курсової роботи, а також приклади оформлення її основних структурних елементів.

Рекомендовано для студентів спеціальності 061 "Журналістика" освітньої програми "Реклама і зв'язки з громадськістю" першого (бакалаврського) рівня.

УДК 659.4(07.034)

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2021

Вступ

Навчальна дисципліна "Організація рекламної та PR діяльності" висвітлює питання щодо актуально-практичних та науково-прикладних основ організації рекламної і PR діяльності, основних підходів до організації та проведення рекламних і PR кампаній. Вивчення навчальної дисципліни "Організація рекламної та PR діяльності" полягає у формуванні у студентів цілісного розуміння теоретичних засад, сутності та специфіки розроблення, організації рекламної та PR діяльності, а також оцінювання її ефективності.

Курсова робота є самостійною теоретичною роботою студента, що належить до освітньої програми підготовки бакалавра "Реклама і зв'язки з громадськістю" спеціальності 061 "Журналістика".

Виконання курсової роботи є складовою частиною навчального процесу. Курсова робота є письмово виконаною самостійною навчально-дослідницькою роботою, що розкриває теоретичні і практичні аспекти обраної теми. У курсовій роботі комплексно використовуються знання, отримані в процесі навчання з навчальної дисципліни "Організація рекламної та PR діяльності". Виконуючи курсову роботу, студент поглиблює і закріплює теоретичні знання, опановує навички самостійного вирішення організаційно-економічних питань. Під час захисту курсової роботи студенти здобувають досвід проведення наукової дискусії й аргументації своєї позиції.

Метою курсової роботи з навчальної дисципліни "Організація рекламної та PR діяльності" є систематизація, закріплення і розширення теоретичних і практичних знань студентів з теорії та практики організації рекламної і PR діяльності, а також виявлення ступеня підготовленості студентів до самостійної дослідницької роботи.

Основними завданнями курсової роботи є:

систематизація, поглиблення і закріплення теоретичних знань зі спеціальності;

розвиток навичок самостійного проведення теоретичних і аналітичних досліджень;

залучення студентів до самостійної роботи з фаховою літературою та до самостійного вирішення наукових завдань;

вироблення уміння аналізувати, систематизувати й узагальнювати теоретичний і практичний матеріал, критично його оцінювати, робити висновки;

закріплення навичок формування загальнотеоретичних понять, аргументованого, логічного, грамотного викладення опрацьованого матеріалу;

виявлення міри підготовленості студента до самостійної роботи в умовах сучасного комунікаційного і бізнес-середовища.

Курсова робота характеризується єдністю цілей і завдань. У ході її виконання студент повинен продемонструвати вміння грамотно вирішувати завдання в області своєї професійної підготовки.

Процес виконання курсової роботи з навчальної дисципліни "Організація рекламної та PR діяльності" студентом першого (бакалаврського) рівня має здійснюватися в декілька етапів:

визначення напряму дослідження та затвердження теми роботи;

виконання роботи;

документальне оформлення роботи;

перевірка роботи керівником;

захист курсової роботи.

Методичні рекомендації до написання курсової роботи з навчальної дисципліни "Організація рекламної та PR діяльності" надають допомогу студентам спеціальності 061 "Журналістика" ОП "Реклама і зв'язки з громадськістю" першого (бакалаврського) рівня у процесі проходження цих етапів.

У процесі написання курсової роботи студенти зобов'язані дотримуватися правил професійної етики, які не дозволяють наявності плагіату, фальсифікації даних та хибного цитування. Виконання курсової роботи з навчальної дисципліни "Організація рекламної та PR діяльності": реалізується з використанням законодавчих актів, на базі статистичних і фактичних даних діяльності державних та інших установ (організацій).

1. Підготовка до написання курсової роботи. Загальні рекомендації до вибору теми та складання плану роботи

1.1. Етапи підготовки курсової роботи

Курсова робота – це самостійне науково-практичне дослідження студента, яке дає можливість оцінити рівень його підготовки, вміння застосовувати теоретичні знання з питання, що вивчається, на практиці.

Працюючи над курсовою роботою з навчальної дисципліни "Організація рекламної і PR діяльності", студент має засвоїти навички щодо правильної постановки проблеми та обґрунтування її актуальності, формулювання мети та завдань дослідження, побудови логічного плану й оптимальної структури, роботи з літературними джерелами та статистичною інформацією, обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій.

Процес виконання курсової роботи з навчальної дисципліни "Організація рекламної та PR діяльності" містить низку послідовних етапів, основні з яких наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Етапи підготовки та захист курсової роботи

Тиждень семестру	Назва етапу курсової роботи
2	Вибір та узгодження теми курсової роботи
3 – 4	Підбір та вивчення літератури, аналітичної та статистичної інформації за обраною темою
5	Написання плану та відпрацювання структури роботи
6 – 7	Виконання розділу 1
8 – 10	Виконання розділу 2
11 – 13	Виконання розділу 3
14	Оформлення курсової роботи
15	Подання курсової роботи на перевірку
16	Захист курсової роботи

Загалом послідовність етапів виконання курсової роботи може бути такою:

1. Підготовчий етап – вибір теми курсової роботи та її обґрунтування; формулювання об'єкта, предмета, мети, завдань дослідження; підбір літератури за темою роботи; складання попереднього плану роботи й узгодження його з керівником; визначення методів дослідження; визначення установи (організації), на базі якої можна виконати курсову роботу.

2. Робота з матеріалом основної частини – підбір та вивчення літератури, аналітичної та статистичної інформації за обраною темою; написання вступу до роботи; викладення тексту теоретичного, аналітичного та рекомендаційно-проєктного розділів роботи; робота над висновками.

3. Етап оформлення роботи – складання списку використаних джерел; оформлення додатків та ілюстративно-презентаційного матеріалу; технічне оформлення та літературно-стилістичне редагування тексту.

4. Підготовка до захисту і захист курсової роботи – апробування результатів; подання курсової роботи на перевірку; процедура захисту курсової роботи на кафедрі.

Студенти повинні враховувати необхідність виконання всіх перерахованих етапів, плануючи їх у наведеній послідовності.

Студенту призначається науковий керівник, який зобов'язаний систематично (за узгодженим розкладом) консультувати студента, а також перевіряти виконання роботи поетапно і в цілому.

Термін подання завершеної курсової роботи на кафедру – не пізніше ніж за два тижні до захисту.

1.2. Вибір теми курсової роботи

Важливим етапом підготовки до написання курсової роботи є вибір її теми.

Обираючи тему, слід ураховувати її актуальність для розвитку рекламної та PR діяльності установи (організації), на базі якої вона буде виконуватися, доступність до відповідних практичних матеріалів (планових, звітних, статистичних даних та документів), можливість проведення власних спостережень, розрахунків, експериментів, наявність сучасних наукових досліджень та обґрунтованих методик за цією тематикою, власні напрацювання.

У процесі вибору теми курсової роботи доцільно використовувати рекомендований перелік тем, який може уточнюватися або доповнюватися за бажанням студента та згодою керівника. Орієнтовний перелік тем курсової роботи наведено в додатку А.

Студенту надається право запропонувати власну тему роботи з необхідним обґрунтуванням актуальності її дослідження або замовлення організації (установи).

Вибір теми курсової роботи має ґрунтуватися на глибоких теоретичних знаннях сутності та специфіки організації рекламної та PR діяльності, виходячи з таких критеріїв:

наукова актуальність;

значущість для формування та розвитку;

перспективність практичного застосування теоретичних висновків;

можливість розроблення силами студентів.

Студентам, які не обрали самостійно тему курсової роботи, тему призначають за рішенням кафедри та керівника.

У процесі вибору теми курсової роботи доцільним є передбачити можливість подальшого дослідження обраної тематики під час написання курсових робіт з інших навчальних дисциплін, розглядаючи її з різних наукових аспектів та прикладного спрямування, ураховуючи проблемно-наслідкові зв'язки, а також можливість використання напрацьованого матеріалу у ході підготовки дипломної роботи.

Після обрання теми й узгодження її з керівником студент починає вивчення літературних джерел. Підбір літератури – це самостійна робота студента, успіх якої залежить від його ініціативності й уміння користуватися каталогами, картотеками бібліотек, бібліографічними довідниками, бібліотечним репозитарієм, прикнижними та пристатейними списками літератури, виносками та посиланнями в підручниках, монографіях, словниках тощо, джерелами аналітичної та статистичної інформації, покажчиками змісту річних комплектів спеціальних періодичних видань, електронними каталогами та електронними архівами бібліотек і т. д. Під час джерелознавчих пошуків необхідно з'ясувати стан вивченості обраної теми сучасною наукою, щоб конкретніше та точніше визначити напрями й основні розділи свого дослідження. На попереднє оброблення літератури має відводитися 2 – 3 тижні.

1.3. Складання плану курсової роботи

Після ознайомлення з літературою за обраною темою курсової роботи студент складає план роботи. Правильний та логічний план – це запорука успіху розкриття теми курсової роботи. План охоплює вступ, три взаємопов'язаних та логічно побудованих розділи, що дозволяють розкрити тему, висновки, список використаних літературних джерел.

Приклад плану курсової роботи наведено в додатку Б.

Вдалий план курсової роботи має відповідати кільком універсальним вимогам:

назви кожного розділу однакові за важливістю, а власне розділи – приблизно однакові за обсягом;

план має охоплювати весь матеріал, що належить до теми, але не містити нічого зайвого;

назви та зміст окремих розділів не повинні "накладатися";

жоден із пунктів плану не може повторювати назви роботи.

У розробленні плану курсової роботи потрібно дотримуватись певної послідовності. Курсова робота повинна містити такі складові:

Вступ.

Розділ 1. Теоретична частина.

Розділ 2. Проблемно-аналітична частина.

Розділ 3. Прикладна частина.

Висновки.

Список використаної літератури.

Додатки (практичний матеріал, використаний в роботі).

Слід зазначити, що названі структурні елементи є обов'язковими для курсової роботи.

Самостійно складений студентом план обговорюється з науковим керівником, а у разі необхідності – корегується та затверджується.

Питання плану роботи мають передбачати послідовне, логічне, взаємопов'язане викладення результатів дослідження і концептуально відображати зміст курсової роботи.

План є основою для складання такого структурного елемента курсової роботи, як "ЗМІСТ".

2. Виконання курсової роботи

2.1. Загальні вимоги до структури та змісту курсової роботи

Курсова робота має бути написана відповідно до плану, що розробляється студентом. Написання курсової роботи слід здійснювати за такою логічною схемою: обґрунтування актуальності обраної теми, визначення мети і конкретних завдань дослідження, вибір об'єкта і предмета дослідження, методики проведення пошукових робіт під час процесу дослідження, обговорення результатів дослідження, формулювання висновків та оцінювання отриманих результатів.

Обов'язкові структурні елементи курсової роботи повинні відповідати встановленим вимогам, що детально описані далі.

Титульний аркуш курсової роботи містить найменування міністерства, вищого навчального закладу, факультету та кафедри, де виконана робота; тему курсової роботи; прізвище, ім'я, по батькові автора; вчене звання, науковий ступінь, прізвище, ім'я, по батькові наукового керівника; місто і рік виконання. Зразок титульного аркуша наведено в додатку В.

Зміст подають на початку курсової роботи. Він містить найменування та номери початкових сторінок усіх розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів (якщо вони мають заголовки).

У вступі дається наукове обґрунтування актуальності обраної теми, формулюються мета, завдання, об'єкт і предмет дослідження, наводиться перелік методів дослідження, надається структура курсової роботи.

У ході висвітлення актуальності потрібно визначити важливість теми для споживача рекламної та PR діяльності, практичну значущість для організації, а також цінність для суспільства.

У вступі обов'язково треба навести висвітлення робіт відомих авторів – надання переліку провідних учених, які проводили дослідження згідно з проблематикою курсової роботи, а також наведення їх внеску (у тому числі визначення невирішених питань) в обрану проблематику роботи. Наведені прізвища відомих учених, які розробляли досліджувану проблему, мають відповідати проаналізованим джерелам у списку використаних джерел. Слід зазначити, що в процесі підготовки курсової

роботи обов'язковим є посилання на навчальні та наукові праці співробітників ХНЕУ ім. С. Кузнеця, на зарубіжну літературу, видану іноземною мовою, та звернення до статей у журналах.

Успіх написання роботи багато в чому залежить від правильної постановки і формулювання мети проведеного дослідження. Мета роботи – це ті конкретні результати, які бажає отримати студент. Вона повинна бути чітко сформульована, без зайвої деталізації.

Мета і завдання дослідження формулюється на базі питань, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети. Завдання формулюються у формі переліку (вивчити..., описати..., визначити..., дослідити..., з'ясувати сутність..., показати..., узагальнити..., встановити..., виявити..., довести..., впровадити..., вивести залежність..., встановити взаємозв'язок..., проаналізувати..., розробити..., дати рекомендації тощо). Формулювати завдання необхідно якомога ретельніше, оскільки опис їх вирішення становить зміст розділів роботи.

Об'єктом дослідження може бути лише явище чи процес, що породжує проблемну ситуацію, яка обрана для дослідження. *Наприклад,* "об'єктом дослідження є процес розроблення рекламного продукту для …"; не слід називати об'єктом дослідження конкретне підприємство, організацію, установу чи орган державної влади або його підрозділ, на прикладі якого виконується робота, адже це є базою дослідження.

Предмет дослідження міститься у рамках обраного об'єкта дослідження, що розглядається в курсовій роботі. Наприклад, "предмет дослідження – удосконалення рекламного продукту".

Об'єкт і предмет дослідження співвідносяться між собою як загальне і часткове. Об'єкт характеризує досліджуване питання широко, а предмет його звужує до конкретного завдання.

Методи дослідження – розкриття інформаційної бази та використаних методів дослідження. Обрані методи мають сприяти реалізації завдань курсової роботи. Найпоширенішими загальнонауковими методами є: порівняння, абстрагування, аналіз, синтез, аналогія, узагальнення тощо, а науковими методами – математико-статистичні, графічні, лінгвістичні, соціологічні та ін.

Після опису методів дослідження у вступі має бути зазначено, що логіка дослідження, яка пов'язує етапи виконання роботи з поставленими завданнями та отриманими результатами, наводиться у схемі логіки побудови курсової роботи.

Основна частина курсової роботи складається із декількох розділів (зазвичай, з теоретичного, аналітичного та рекомендаційно-проєктного). Кожен розділ починають з нової сторінки. Розділи можуть поділятися на підрозділи. Кожен підрозділ має містити закінчену інформацію. Кількість розділів та підрозділів визначається студентом разом із керівником роботи.

В основній частині роботи викладають теоретичні та методологічні положення, проблемні питання, дискусійні і невирішені аспекти теми, науково-обґрунтовані, соціально-економічні, професійно-орієнтовані рішення. Наприкінці кожного підрозділу автором подаються короткі висновки щодо виконаного завдання, яке вирішуються в рамках підрозділу. Підрозділ не може закінчуватися на посилання на джерела, рисунком або таблицею. Кожний з підрозділів наводять через два інтервали після тексту попереднього підрозділу розділу (відповідно першого, другого або третього).

У першому (теоретичному) розділі основної частини розглядають теоретичні та методологічні аспекти досліджуваної проблеми, проводять аналітичний огляд літературних джерел з предмета дослідження, критично аналізують різні погляди, здійснюють їх наукову класифікацію, основні фактори впливу на стан і розвиток досліджуваного об'єкта тощо.

У теоретичному розділі доцільно розкрити сутність, значення, зміст ключових понять дослідження, охарактеризувати їх місце в системі рекламних і PR комунікацій, навести їх класифікацію, структуру тощо.

Теоретичне обґрунтування, класифікаційні характеристики, історія та тенденції розвитку предмета дослідження, методологічні підходи повинні мати елементи полемічності, розкривати власну позицію щодо предмета дослідження. Під час характеристики ступеня розробленості обраної проблеми студенту варто зупинитися на питаннях, які мають дискусійний характер, а також на тих, які отримали визнання й поширення на практиці, що не є вивченими у даний час, і тих, що потребують детального розроблення. На основі даного угрупування студент повинен обґрунтувати новизну своєї роботи, охарактеризувати те коло питань, що будуть розроблені в ході дослідження.

Перший (теоретичний) розділ повинен містити глибокий всебічний аналіз стану досліджуваної проблеми на основі пророоблення, систематизації й осмислення літературних джерел. Для констатації та обґрунтування загальнотеоретичних висновків та тенденцій доцільно

використовувати дані, опубліковані у відповідних енциклопедіях, монографіях, довідниках, зарубіжних джерелах. Бажаним є використання опублікованих статистичних даних із посиланням на джерела. Крім того, інформаційною базою для його написання обов'язково повинні слугувати закони і підзаконні акти України, що характеризують сучасний стан у сфері дослідження.

Перший (теоретичний) розділ повинен містити не менше 15 посилань на вітчизняні літературні джерела та 5 посилань на зарубіжні літературні джерела. Під час посилання на авторів необхідно зробити зноску у такому вигляді – [№ літературного джерела в списку використаних джерел]. Наприклад – [17].

У цьому ж розділі необхідно дати обґрунтування і розкрити економічну природу показників для аналізу рекламної та PR діяльності установи (організації).

У ході написання першого розділу студент повинен продемонструвати уміння виокремлювати в досліджуваній проблемі головні, опорні питання, аналізувати й узагальнювати їх із застосуванням інструментарію аналітичних досліджень. Бажано ілюструвати текст графічним матеріалом: схемами, графіками, алгоритмами, діаграмами.

Обсяг першого (теоретичного) розділу не повинен перевищувати 15 сторінок.

Другий (аналітичний) розділ, містить аналіз діяльності, зовнішнього та внутрішнього середовища конкретної установи (організації) та її рекламних та PR комунікацій. Студент повинен виконати детальний аналіз фактичного стану досліджуваної проблеми на матеріалах конкретного об'єкта або галузі. Розділ може бути виконаний у вигляді двох – трьох підрозділів з метою розкриття стану питань, що досліджуються на прикладі конкретної установи (організації), виявлення позитивних і негативних сторін у її діяльності.

Перший підрозділ розділу 2 рекомендується називати "Загальна характеристика установи (організації, підприємства)". Характеристика має містити:

загальні відомості про установу (організацію, підприємство), що аналізується: повне найменування, форма власності, коротка історія розвитку підприємства, дата організації та час існування на ринку;

характеристику основних напрямів і видів діяльності; основні економічні показники діяльності об'єкта дослідження за звітний період;

організаційну структуру управління (у вигляді схеми) та оцінювання принципів її побудови та функціонування.

У другому підрозділі розділу 2 рекомендується провести аналіз зовнішнього середовища установи (організації, підприємства) з використанням методів PEST- і SWOT-аналізу. Основними складовими цього підрозділу можуть бути:

характеристика ринку, на якому здійснює діяльність установа (міжнародний, національний, регіональний, міський, районний тощо); обсяг ринку; тип ринку на якому діє організація (монополістичний, олігополістичний тощо);

аналіз стану конкуренції, перелік і характеристика підприємств, які діють на тому ж ринку, що й організація, що є базою дослідження, і які є її безпосередніми конкурентами;

загальна характеристика середовища функціонування установи (організації, підприємства); аналіз її місця у виробничо-господарському комплексі країни або регіону, схема взаємозв'язків з іншими підприємствами, організаціями й установами (зовнішнім середовищем): покупцями продукції; банками; державними органами; фінансовими посередниками та іншими учасниками ринку і т. д.;

оцінювання перспектив розвитку галузі, у якій здійснює свою діяльність установа (організація, підприємство).

Основні результати аналізу бажано навести як у табличному, так і у графічному вигляді.

Важливою складовою аналітичного розділу курсової роботи є третій підрозділ, у якому наводять аналіз вирішення в установі (організації, підприємстві) того чи іншого питання відповідно до теми роботи, тобто аналіз предметної області з метою виявлення позитивних сторін та існуючих недоліків.

Джерелом інформації для проведення аналізу можуть бути планові і фактичні показники діяльності, статистична та бухгалтерська звітність, накази, розпорядження, результати спостережень, опитувань і обстежень та інших методів збирання первинної інформації (наприклад, з інтернету).

У процесі аналізу слід розглядати динаміку розвитку базової установи (організації, підприємства) за останні два – три роки. Використання соціально-економічної статистики є обов'язковим елементом другого розділу курсової роботи, оскільки у показниках соціально-економічної статистики відображаються найважливіші процеси суспільного розвитку

(обсяги ВВП, показники економічного зростання, зайнятість і безробіття, показники вартості життя тощо).

Під час використання емпіричних даних необхідно дотримуватись певних правил, а саме:

дані слід зводити до абсолютних (млн грн, т, м, шт.) або відносних (%) показників, а під час їх порівняння використовувати однаковий масштаб (наприклад, можна порівнювати млн грн лише із млн грн, а не з тис. грн) і розмірність (не можна порівнювати натуральні показники з вартісними, наприклад, кілограми з гривнями);

для обґрунтовування певної закономірності, тенденції треба навести дані, які б розкривали сутність процесу в динаміці;

для наочності цифрові дані можуть бути зведені у таблиці, проілюстровані діаграмами, графіками, тобто попередньо оброблені.

Способи подання даних будуть залежати від матеріалів та змісту досліджуваного питання.

За результатами аналізу визначають основні проблеми в діяльності установи (організації, підприємства) – відхилення, нелогічні процеси, проблеми в управлінні тощо) і на підставі цього визначають проблему (або кілька проблем).

Розділ завершують короткими висновками з одержаних результатів. Обсяг другого (аналітичного) розділу не повинен перевищувати 15 сторінок.

Завданням третього розділу є розроблення конкретних рекомендацій, пропозицій на базі основних теоретичних положень, методичних підходів, методичного інструментарію, що викладені у першому розділі, а також висновків, зроблених у другому розділі дослідження. Назва розділу формулюється, як правило, таким чином: "Удосконалення... (предмет дослідження) на... (база дослідження)".

Третій розділ (рекомендаційний) за глибиною викладення питань має бути центральним. В ньому обґрунтовуються заходи щодо поліпшення комунікаційних процесів установи (організації, підприємства).

Доцільність і реальність заходів, що рекомендують, має бути підкріплена відповідними розрахунками і фактичними даними. Обсяг третього (рекомендаційно-проєктного) розділу не повинен перевищувати 10 сторінок.

Залежно від особливостей теми вміст останніх двох розділів може бути зміненим за рахунок детальнішого розгляду одних питань і виклю-

чення інших, які в умовах конкретної установи (організації, підприємства) не мають істотного значення.

Висновок є логічним завершенням курсової роботи. У ньому необхідно коротко сформулювати основні положення роботи. У стислій формі зробити висновки з матеріалу, викладеного в проблемно-аналітичній частині роботи.

Формулювання висновків доцільно проводити у такій послідовності.

У першому пункті висновків коротко оцінюють стан питання. Далі розкривають методи вирішення поставленого в курсовій роботі завдання, їх практичний аналіз, порівняння з відомими вирішеннями. Крім того, необхідно навести якісні та кількісні показники здобутих результатів, обґрунтувати достовірність результатів, викласти рекомендації щодо їх використання та можливості впровадження одержаних результатів у практичну діяльність підприємства, що було базою дослідження.

У висновках необхідно також відобразити особистий внесок автора курсової роботи у вирішення досліджуваного завдання.

Список використаних джерел має бути наведений після висновків з нової сторінки і мати наскрізну нумерацію.

Формуючи список літератури за темою роботи, студент обов'язково має зазначити прізвище та ініціали автора, назву роботи, видавництво, місце та рік видання. Якщо до списку входять періодичні публікації, то обов'язково слід зазначити прізвище та ініціали автора, назву статті, часопису, газети тощо, рік видання, номер та сторінки, на яких надрукована стаття.

Якщо студент використовував інтернет-ресурси, то слід зазначити прізвище та ініціали автора матеріалу, назву та вебсайт.

Список використаних джерел варто розміщувати за наскрізною нумерацією в алфавітному порядку, а саме: Постанови Верховної Ради України; Укази Президента України; Постанови Кабінету Міністрів України; нормативні акти міністерств та відомств; роз'яснення Президії Вищого Господарського суду України, постанови Пленуму Верховного Суду України; монографії, підручники, навчальні посібники, наукові видання, статті у наукових часописах, автореферати дисертацій тощо.

Потім подають перелік іншомовних джерел та інтернет-ресурси. Причому електронні ресурси слід розміщувати теж в алфавітному порядку. Зразок оформлення списку використаних джерел наведено в додатку Г.

До списку використаних джерел рекомендується включати 35 – 50 найменувань у відповідному бібліографічному описі. Варто слідкувати за тим, аби це були сучасні, останніх років видання та джерела.

Після списку використаних джерел з нової сторінки розташовують ***додатки***, які містять матеріал, що: є необхідним для розкриття повноти курсової роботи, але його включення в основну частину роботи може змінити упорядковане і логічне уявлення про роботу або через великий обсяг не може бути послідовно розміщене в основній частині роботи.

У додатках можна розміщувати такий допоміжний матеріал: первинні документи діяльності підприємства, організації; таблиці допоміжних цифрових даних; розрахунки економічних показників діяльності підприємства, організації; інструкції і методики, опис алгоритмів і програм вирішення завдань, якщо вони були розроблені у процесі виконання курсової роботи; ілюстрації допоміжного характеру.

2.2. Вимоги до оформлення курсової роботи

Курсова робота повинна мати обсяг 35 – 45 сторінок машинописного тексту і бути виконана **українською мовою**. У процесі написання роботи слід дотримуватися такого розподілу обсягу тексту: вступ – 2 с.; розділи: перший (теоретичний) – 10 – 15 с.; другий (аналітичний) – 12 – 15 с.; третій (рекомендаційно-проєктний) – 8 – 10 с.; висновки – 2 с.

Текст курсової роботи має бути надрукованим на комп'ютері з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210 х 297 мм), з ***міжрядковим інтервалом 1,5***. Гарнітура шрифту типу ***Times New Roman*** розміром (кеглем) ***14 пт***.

Текст курсової роботи необхідно друкувати, дотримуючись таких полів: ліве – не менше ***30 мм***, праве – не менше ***10 мм***, верхнє і нижнє – не менше ***20 мм***.

Абзацний відступ має бути однаковим по всьому тексту роботи і дорівнювати **1,25 см** (або 5 символам).

У процесі виконання роботи необхідно дотримуватися рівномірної щільності, контрастності і чіткості зображення по всій роботі. Усі лінії, літери, цифри і знаки мають бути чіткими й однаково чорними по всій роботі. Під час оформлення роботи не використовують: підкреслювання**,** **напівжирний** та *курсивний* шрифт, режим маркованого списку.

Помилки, описки і графічні неточності, які виявилися у процесі написання курсової роботи, можна виправляти підчищенням або зафарбовуванням коректійною білою фарбою і нанесенням на тому ж місці виправленого тексту (фрагмента рисунка), але не більше одного виправлення на сторінці.

Заголовки структурних частин курсової роботи: "ЗМІСТ", "ВСТУП", "РОЗДІЛ 1" (та назва розділу з нового рядка), "РОЗДІЛ 2" (та назва розділу з нового рядка), "РОЗДІЛ 3" (та назва розділу з нового рядка), "ВИСНОВКИ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ", "ДОДАТКИ" друкують великими літерами з вирівнюванням по центру рядка.

Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (окрім першої великої) з абзацного відступу. Крапка в кінці заголовків структурних елементів роботи не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою. Переноси слів у заголовку не допускаються. Кожний розділ починають з нової сторінки.

Відстань між заголовком та текстом, а також між заголовком розділу та підрозділу має дорівнювати двом інтервалам і бути однаковою по всій роботі.

У межах розділу новий підрозділ починають на тій сторінці, де закінчився попередній підрозділ. Водночас назву підрозділу не можна розміщувати в кінці однієї сторінки, а текст підрозділу розпочинати на наступній.

Слід зазначити, що після назви підрозділу на сторінці має бути не менше двох рядків тексту.

Сторінки роботи мають бути заповнені текстом повністю. Виняток складають останні сторінки вступу, розділів, висновків, списку використаних джерел, наповненість яких не може складати менше 2/3 площі сторінки. Якщо розмір рисунка чи таблиці, що наведені в тексті, не дозволяє розмістити їх на вільній площі безпосередньо в кінці сторінки, то на них здійснюється посилання, і на цій же сторінці продовжується текст. Сам рисунок чи таблиця наводиться на початку наступної сторінки, водночас таблицю чи рисунок необхідно розташовувати після завершення абзацу.

Розділ чи підрозділ не може завершуватися рисунком чи таблицею. Після них обов'язково має бути пояснювальний текст чи інша узагальнююча інформація.

Нумерація сторінок курсової роботи здійснюється арабськими цифрами, дотримуючись наскрізної нумерації по всьому тексту. Номер

сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки наприкінці. Гарнітура шрифту типу Times New Roman розміром (кеглем) 12 пт.

Першою сторінкою курсової роботи є титульна сторінка, яку включають до загальної нумерації сторінок роботи. На титульній сторінці та змісті номер сторінки не проставляють. На наступних сторінках, починаючи з другої сторінки вступу, номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки наприкінці з урахуванням попередніх сторінок.

Номер розділу проставляють після слова "РОЗДІЛ". Після номера розділу крапку не ставлять, потім з нового рядка великими літерами друкують заголовок розділу (рис. 2.1).

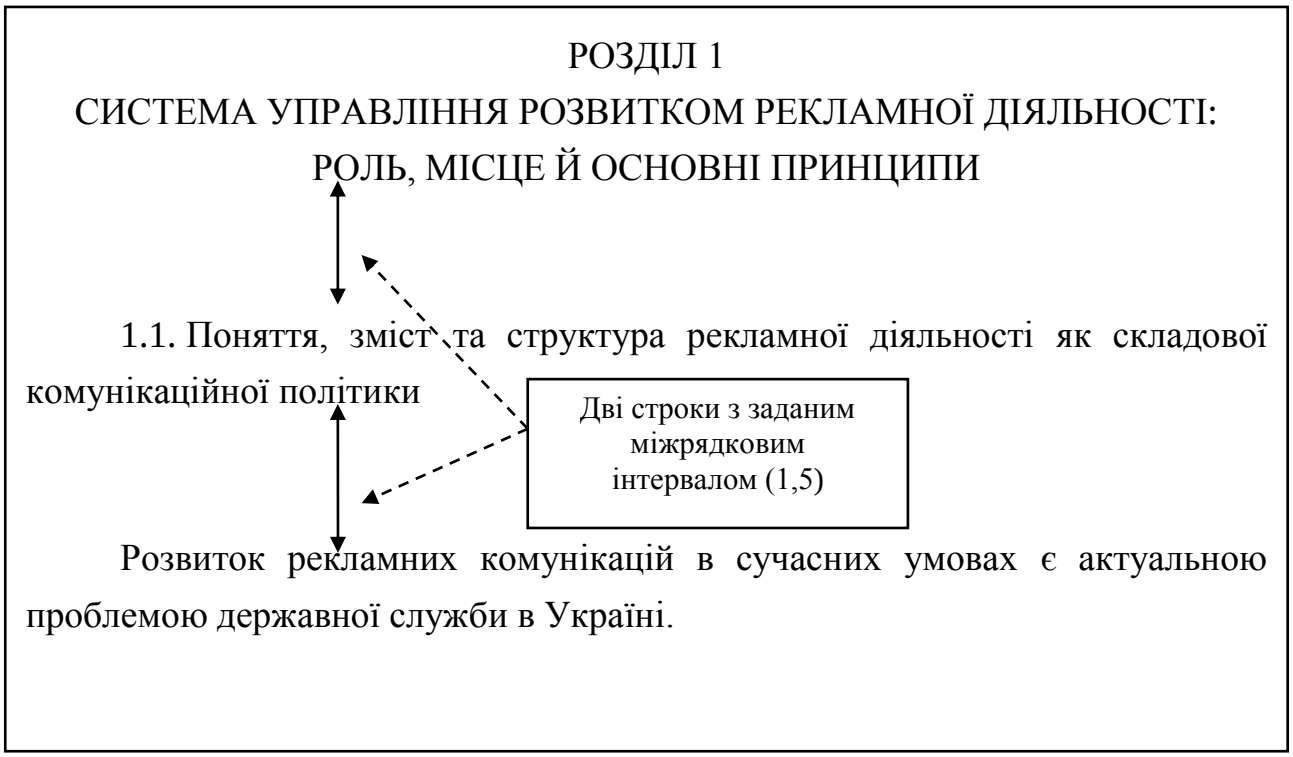


Рис. 2.1. **Приклад оформлення заголовка розділу та підрозділу в курсовій роботі**

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. У кінці номера підрозділу має стояти крапка, наприклад, "1.1." (перший підрозділ першого розділу). Потім після пробілу у тому ж рядку йде заголовок підрозділу з великої літери.

Ілюстрації (рисунки, діаграми, схеми, графіки, карти) і ***таблиці*** необхідно подавати в курсовій роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації, таблиці, що розміщені на окремих сторінках магістерської роботи, включають до загальної нумерації сторінок.

Кожна ілюстрація має відповідати тексту, а текст – ілюстрації. На всі ілюстрації має бути посилання в роботі. Якщо ілюстрації створені не автором роботи, необхідно надавати посилання на джерело, з якого запозичена ілюстрація.

Назви схем, рисунків, графіків, діаграм, креслень розташовують під ілюстрацією (рис. 2.2).

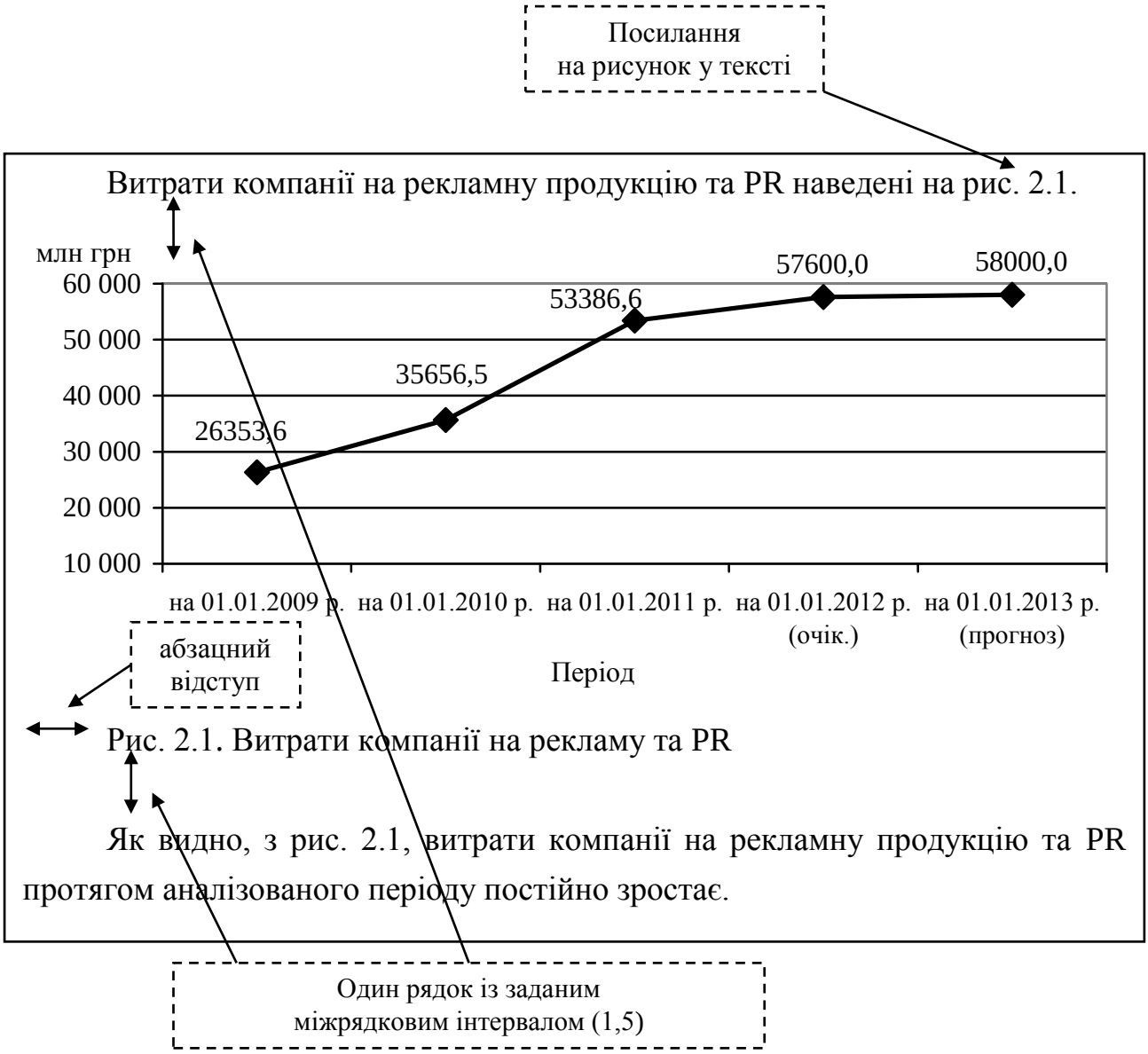


Рис. 2.2. **Приклад оформлення рисунку в курсовій роботі**

Як видно з рис. 2.2, ілюстрації позначають словом "Рис." і нумерують послідовно в межах розділу. Номер ілюстрації має складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. *Наприклад,* "Рис. 2.1. Витрати компанії на рекламу та PR" означає: "перший рисунок другого розділу". Підпис рисунку розміщують безпосередньо після рисунку з абзацного відступу, вирівнювання тексту проводиться по ширині.

Слід зазначити, що ***всередині ілюстрацій і таблиць*** використовують гарнітуру шрифту типу Times New Roman розміром (кеглем) 12 пт з міжрядковим інтервалом 1.0.

За необхідності під ілюстрацією розташовують роз'яснювальні дані (рис. 2.3).

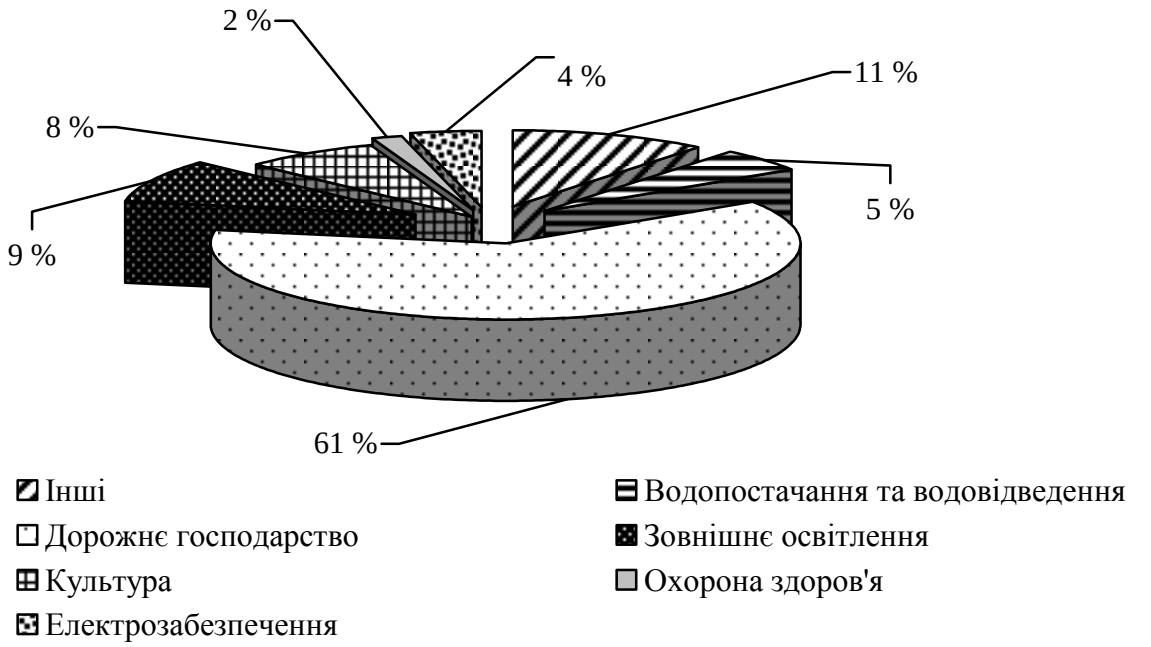


Рис. 2.4. Структура освоєння капіталовкладень за 2020 рік

Рис. 2.3. **Приклад оформлення діаграми в курсовій роботі**

Якість ілюстрацій має забезпечувати їхнє чітке відтворення. Ілюстрації мають бути зроблені за допомогою офісних програм чи графічних редакторів у чорно-білому вигляді із використанням штрихування.

У роботі можуть застосовуватися різні типи схем та діаграм, які використовуються залежно від характеру ілюстрованого матеріалу та завдань, що вирішуються. Якщо на рисунку зображується діаграма, кожна

її вісь повинна мати назву або позначати розмірність (*наприклад,* млн грн, т, % та ін.).

Рисунки додатків нумеруються у межах кожного конкретного додатка та складатися з букви, що позначає додаток та його порядковий номер. *Наприклад,* "Рис. А.1. Схема побудови рекламних комунікацій".

Таблицю у курсовій роботі слід розташовувати безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці/сторінках, якщо таблиця надто завелика для її вбудовування у структуру тексту. На всі таблиці має бути посилання в тексті.

Таблиці нумерують арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, що наводяться в додатках. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, розділених крапкою. *Наприклад,* "Таблиця 3.1" означає: "перша таблиця третього розділу".

Після посилання на таблицю у тексті роботи через один інтервал у правому верхньому кутку розміщують напис "Таблиця" із зазначенням її номера, потім через один інтервал симетрично до тексту розміщують заголовок таблиці маленькими літерами (крім першої – великої), далі через один інтервал – розміщують безпосередньо таблицю (рис. 2.4).

У випадку, коли розмір таблиці виходить за формат сторінки, таблицю поділяють на частини, які переносять на наступну сторінку/сторінки. Водночас у кожній частині таблиці вказується, що це її продовження (*наприклад,* "Продовження табл. 3.1*″*). Над останньою частиною таблиці вказується про закінчення таблиці (*наприклад,* "Закінчення табл. 3.1").

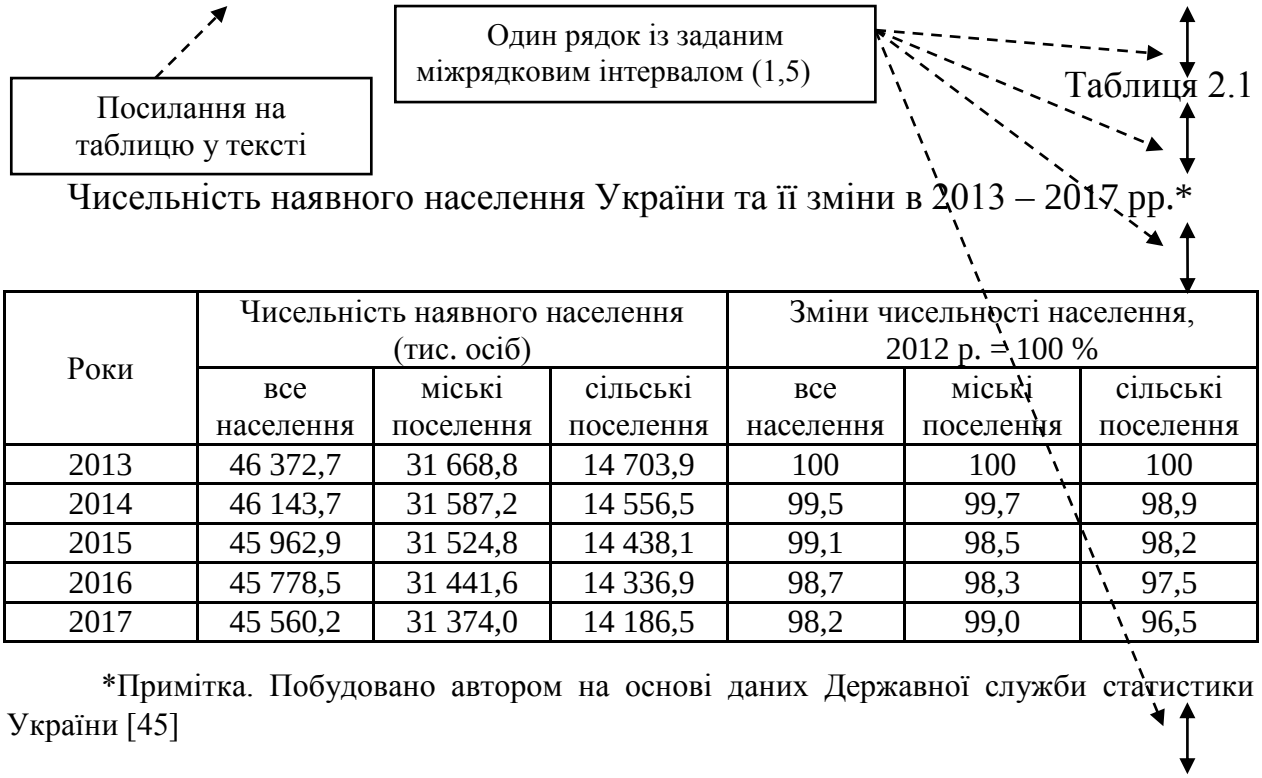
Перенесення таблиці на наступну сторінку допускається у разі написання не менше двох рядків після назви колонок таблиці ("шапки" таблиці). Розміщуючи таблицю на декількох сторінках роботи, "шапку" таблиці не повторюють на кожній сторінці, а переносять тільки рядок з номерами колонок, поданий у таблиці на першій сторінці.

Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк.

Таблиці додатків нумеруються у межах кожного конкретного додатка та мають складатися з букви, що позначає додаток та порядковий номер таблиці. *Наприклад*, "Таблиця Ж.1" означає: "перша таблиця додатка Ж".

У разі необхідності пояснення змісту тексту, таблиці або ілюстрації у курсовій роботі можуть бути подані примітки.

Зміни чисельності неявного населення України протягом 2013 – 2017 рр. наведено у табл. 2.1.



Таблиця 2.1

Чисельність наявного населення України та її зміни в 2013 – 2017 рр.*

Роки	Чисельність наявного населення (тис. осіб)			Зміни чисельності населення, 2012 р. = 100 %		
	все населення	міські поселення	сільські поселення	все населення	міські поселення	сільські поселення
2013	46 372,7	31 668,8	14 703,9	100	100	100
2014	46 143,7	31 587,2	14 556,5	99,5	99,7	98,9
2015	45 962,9	31 524,8	14 438,1	99,1	98,5	98,2
2016	45 778,5	31 441,6	14 336,9	98,7	98,3	97,5
2017	45 560,2	31 374,0	14 186,5	98,2	99,0	96,5

*Примітка. Побудовано автором на основі даних Державної служби статистики України [45]

Рис. 2.4. **Приклад оформлення таблиці у курсовій роботі**

Примітки розташовують після таблиці або ілюстрації, до яких вони належать. Якщо примітка одна, то її не нумерують, а позначають зірочкою у форматі верхнього індексу (див. рис. 2.5).

Слово "Примітка" пишуть з великої літери з абзацного відступу після таблиці чи рисунка (але перед назвою рисунка). Після слова "Примітка" ставлять крапку і з великої літери в тому ж рядку наводять текст примітки. Рекомендована гарнітура шрифту – типу Times New Roman розміром (кеглем) 12 пт з міжрядковим інтервалом 1.0.

Якщо приміток на одному аркуші декілька, то їх нумерують послідовно арабськими цифрами з крапкою.

Формули і рівняння розташовують безпосередньо після тексту роботи, в якому вони згадуються.

Формули і рівняння у курсовій роботі (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. *Наприклад*, "(3.1)" – означає: перша формула третього розділу.

Номер формули або рівняння вказують на рівні формули або рівняння в дужках у крайньому правому положенні на рядку. Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів, що входять у формулу або рівняння, наводять безпосередньо під формулою в тій послідовності, у якій вони подані у формулі або рівнянні.

Перший рядок пояснення починають з нового рядка без абзацного відступу словом "де" без двокрапки. Пояснення значення кожного символа та числового коефіцієнта варто подавати з нового рядка, пояснювальні символи мають бути написані на однаковій відстані від краю аркуша, рівняючись по першому символу.

Зразок оформлення формули у роботі наведено на рис. 2.5.

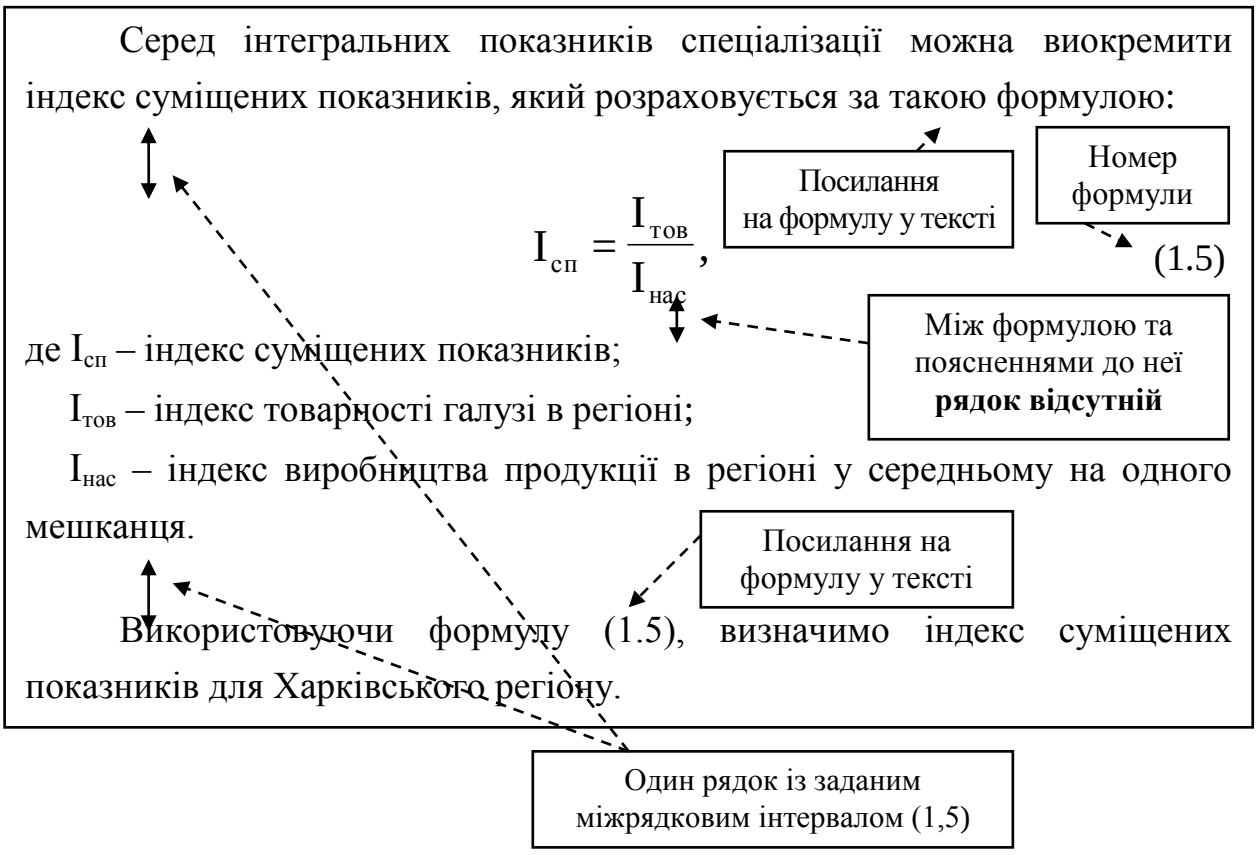


Рис. 2.5. **Зразок оформлення формули в курсовій роботі**

У процесі написання курсової роботи студент має давати ***посилання на джерела***, результати з яких наводяться у роботі.

У тексті допускається робити посилання на джерела в квадратних дужках із вказівкою порядкового номера джерела в списку використаних джерел та номера сторінки, звідки запозичено дані.

Наприклад, "Цей показник, на думку професора Л. Дейнека [64], є легким для розрахунку і необхідним на початковій стадії дослідження або в комплексі із зазначеними показниками" або "Концепція становить систему поглядів на те чи інше розуміння явищ, процесів [140, с. 473]", або "Закордонний досвід, акумульований у працях О. Денисова, Т. Морозової, Е. Уткіна [25; 38; 47] та інших учених, дає можливість порівнювати наявні тенденції у світі з вітчизняним регіональним управлінням".

У роботі можна також посилатися на розділи, підрозділи, ілюстрації, таблиці, формули, рівняння, додатки, вказуючи їх номери.

Якщо ***посилання наводяться в тексті***, то можна писати: "… у розділі 2", "…відповідно до підрозділу 2.2…", "на рис. 1.1…", "…, як це видно з рис. 1.1", "… у табл. 3.1…", "Виходячи з табл. 3.1, …", "За формулою (2.5), розраховуємо…", "…у додатку Б…", "…(додаток Б)".

За необхідності, всередині розділів і підрозділів можуть бути наведені ***перерахування***. Перед перерахуванням ставлять двокрапку.

Для першої деталізації перерахування слід використовувати арабські цифри з дужкою з абзацного відступу з маленької літери. Наприкінці ставиться крапка з комою або двокрапка, якщо є подальша деталізація.

Кожна наступна позиція подальшого перерахування другого рівня деталізації має бути з абзацного відступу з маленької літери без нумерації та геометричних прикрас. Наприкінці ставлять крапку з комою. Після останнього пункту перерахування ставлять крапку.

Перерахування нумерують з абзацного відступу. Зразок оформлення перерахування у курсовій роботі наведено на рис. 2.6.

Список використаних джерел має бути наведений після висновків з нової сторінки. Джерела літератури в ньому слід розміщувати в алфавітному порядку, враховуючи, що спочатку наводяться друковані джерела літератури, а потім – електронні ресурси. Причому електронні ресурси слід розміщувати теж в алфавітному порядку. Приклад оформлення літературних та інших джерел наведено в додатку Г.

Додатки оформлюють у вигляді продовження курсової роботи, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті роботи.

Після останньої сторінки списку використаних джерел перед додатками необхідно розмістити чистий аркуш паперу, на якому в центрі великими літерами (розміром (кеглем) **14 пт**) написати "ДОДАТКИ". У змісті роботи треба вказувати першу сторінку додатків.

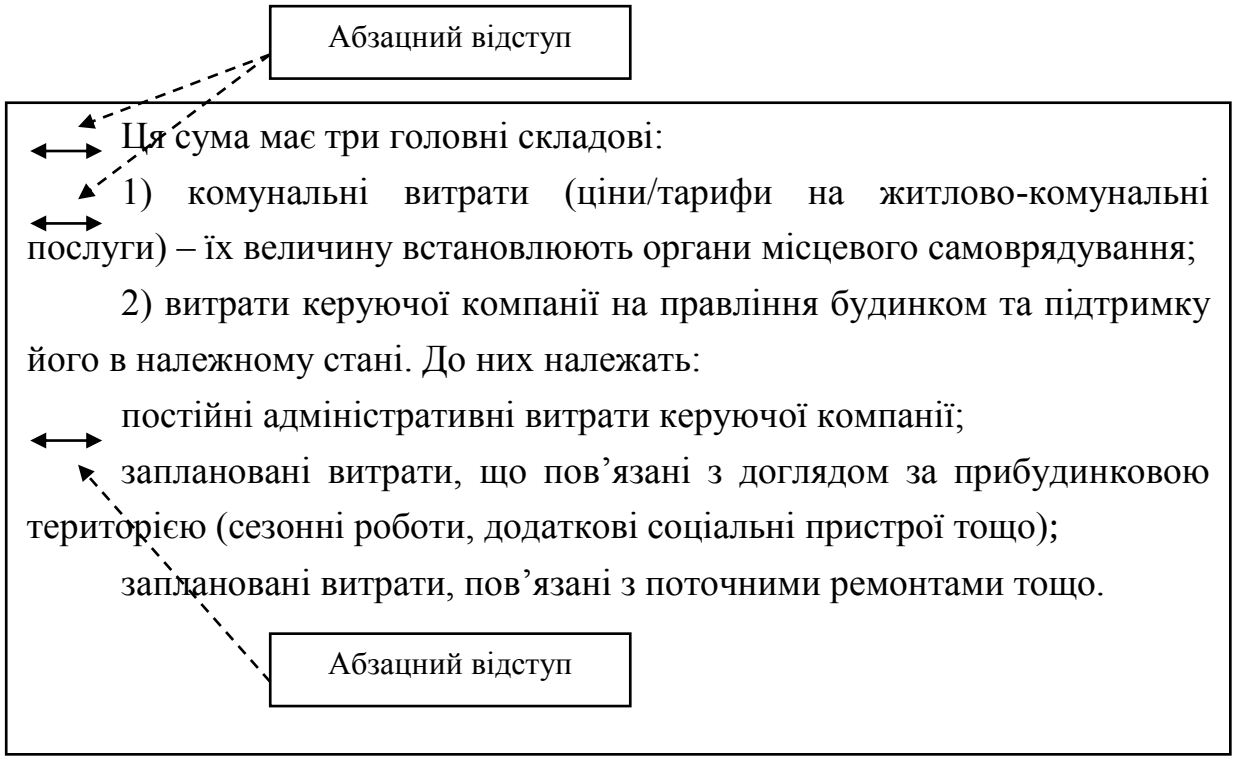


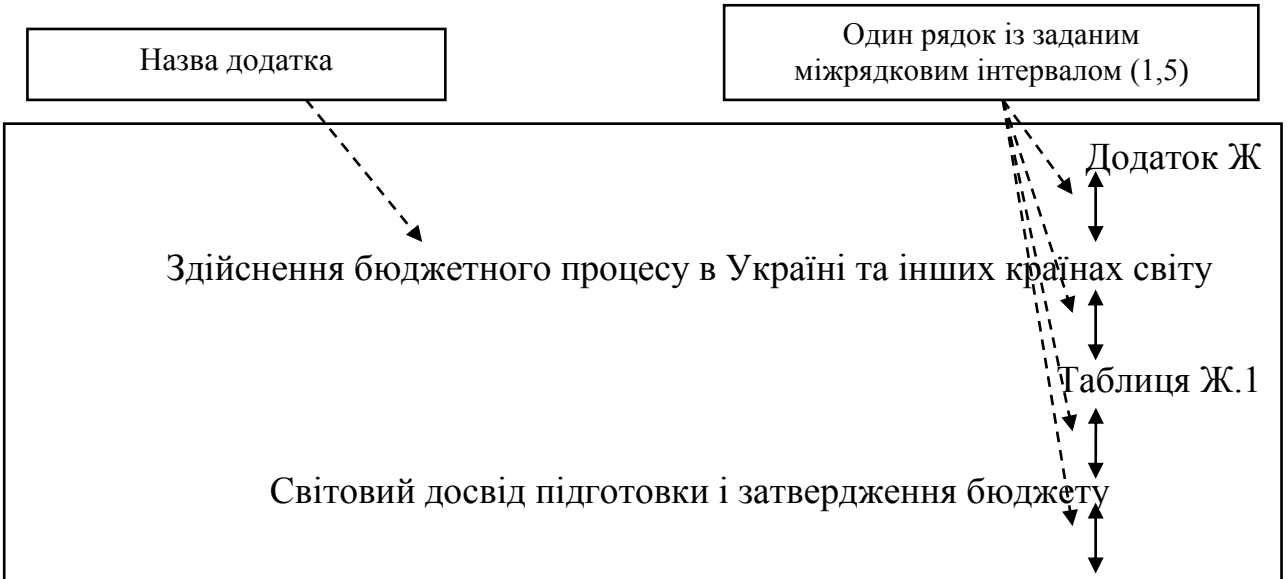
Рис. 2.6. **Зразок оформлення перерахування у тексті**

Кожен додаток починається з нової сторінки. Водночас він повинен мати заголовок, написаний угорі аркуша маленькими літерами з першою великою, симетрично щодо тексту сторінки. У правому верхньому куті над заголовком маленькими літерами з першою великою має бути написане слово "Додаток" і велика літера його нумерації. Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Ґ, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. *Наприклад,* "Додаток А", "Додаток Б" тощо.

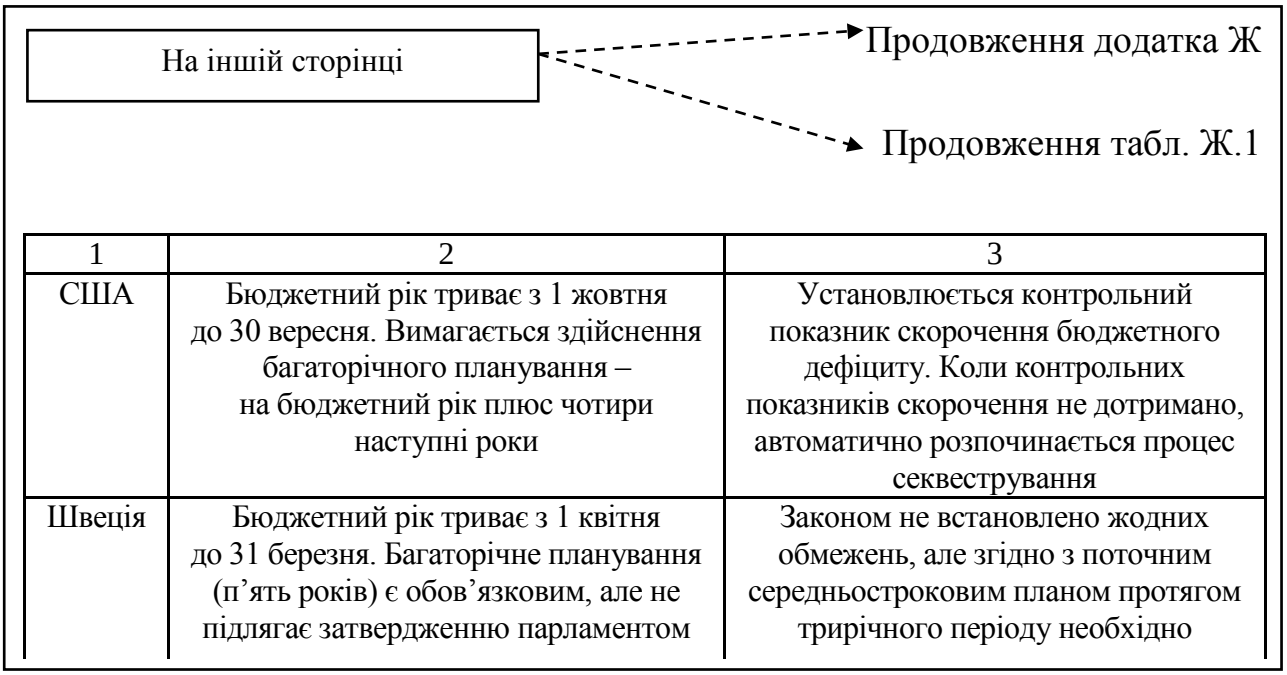
Якщо додаток містить кілька сторінок, більше двох, то кожна наступна сторінка у правому верхньому куті супроводжується написом "Продовження додатка" та його літерним позначенням. *Наприклад,* "Продовження додатка Д", остання сторінка відповідного додатка має надпис "Закінчення додатка Д".

Ілюстрації, таблиці та формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка. *Наприклад,* "Рис. Д.2. Організаційна структура Харківської міської ради" означає "другий рисунок додатка Д", "Таблиця А.1" означає "перша таблиця додатка А".

Зразок оформлення додатків у роботі наведено на рис. 2.7.



Країна	Бюджетний період і багаторічне планування	Загальні бюджетні обмеження
1	2	3
Україна	Бюджетний період для всіх бюджетів становить один календарний рік, який починається 1 січня кожного року і закінчується 31 грудня того ж року	Бюджетні відносини, починаючи з 1991 року, регулювалися законом України «Про бюджетну систему України», а починаючи з 2001 року – Бюджетним кодексом України
Австрія	Бюджетний рік триває з 1 липня до 30 червня. Багаторічне планування згідно із законом не вимагається, але разом з бюджетним законопроєктом	У законі відсутні будь-які обмеження



1	2	3
США	Бюджетний рік триває з 1 жовтня до 30 вересня. Вимагається здійснення багаторічного планування – на бюджетний рік плюс чотири наступні роки	Установлюється контрольний показник скорочення бюджетного дефіциту. Коли контрольних показників скорочення не дотримано, автоматично розпочинається процес секвестрування
Швеція	Бюджетний рік триває з 1 квітня до 31 березня. Багаторічне планування (п’ять років) є обов’язковим, але не підлягає затвердженню парламентом	Законом не встановлено жодних обмежень, але згідно з поточним середньостроковим планом протягом трирічного періоду необхідно

Рис. 2.7. **Зразок оформлення додатків у курсовій роботі**

Якщо в роботі як додаток використовують документ, що має самостійне значення і оформлюється згідно з вимогами до документів даного виду, то його копію вміщують у роботі без змін в оригіналі. Тоді перед копією вміщують аркуш, на якому посередині друкують слово "Додаток …" і назву документа, що наводиться з наступного рядка. Праворуч у верхньому куті проставляють порядковий номер сторінки. Сторінки копії документа нумерують, продовжуючи наскрізну нумерацію.

Для презентації основних результатів курсової роботи під час захисту студентом готується *презентаційний матеріал*. Це – таблиці, рисунки, переліки тощо, які містяться в основному тексті роботи, та які оформлені із застосуванням програмного продукта MS PowerPoint.

Таблиці та рисунки ілюстративного матеріалу розміщуються у порядку згадування їх у доповіді під час захисту.

3. Підготовка та порядок захисту курсової роботи

3.1. Підготовка і захист курсової роботи

У терміни, що визначені кафедрою, студент зобов'язаний звітувати про виконану роботу, своєчасно з'являтися на консультації згідно з розкладом керівника роботи і подавати написані розділи керівнику.

Завершена курсова робота подається на перевірку керівнику. Для цієї перевірки студент подає надрукований та електронний варіанти курсової роботи з обов'язковими додатками.

Під час перевірки науковий керівник зазначає позитивні і негативні моменти, та приймає рішення про допуск чи недопуск до захисту, місце і час захисту. Про результати перевірки студенти дізнаються на кафедрі. Якщо робота одержала негативну оцінку, то вона направляється на переопрацювання відповідно до зауважень керівника. Доопрацьована робота здається для повторної перевірки.

Якщо курсова робота виконана та оформлена відповідно до вимог, які передбачені для такого виду робіт, студент отримує позитивний відгук керівника та подання роботи на захист.

Процедура захисту курсової роботи передбачає:

публічний виступ студента з доповіддю (визначається актуальність дослідженої проблеми, мета, зміст, наукова новизна та практична цінність дипломної магістерської роботи). Виступ має бути пов'язаний з наведеним ілюстративним матеріалом, на який необхідно посилатися під час доповіді. Бажано, щоб доповідь студента супроводжувалася використанням мультимедійного обладнання (проєктора) із застосуванням програмного продукту *MS PowerPoint*. Рекомендована тривалість доповіді студента – 5 – 7 хвилин;

відповіді на запитання та зауваження керівника;

підведення підсумків захисту роботи (надається оцінка курсової роботи кожного студента).

Захищені курсові роботи здаються на кафедру науковим керівником.

3.2. Оцінювання курсової роботи

Оцінка курсової роботи залежить від застосованої методики дослідження, якості виконання дослідження, уміння студента пов'язувати теоретичні знання з практикою рекламної та PR діяльності, правильності відповідей на запитання під час захисту, а також оформлення роботи.

Курсова робота оцінюється за 100-бальною шкалою. Під час оцінювання курсової роботи береться до уваги ступінь розкриття теми; зміст та якість виконання роботи; відповідність оформлення вимогам; повнота і точність відповідей на запитання.

Узагальнені критерії оцінювання захисту курсової роботи та деталізована бальна шкала наведені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Параметри та критерії оцінювання курсової роботи

Рейтинговий показник (бали)	Оцінка ECTS	Оцінка у національній шкалі	Критерії оцінювання
1	2	3	4
90 – 100	A (відмінно)	Відмінно	Курсова робота виконана у повній відповідності до вимог робочої програми навчальної дисципліни та методичних рекомендацій до виконання курсової роботи; зміст графічних матеріалів відображає результати, які отримані в основній частині та оформлено згідно з нормативними вимогами; студент показав глибокі теоретичні знання, оволодів первинними навичками дослідної роботи: у роботі проаналізовано не менше 15 наукових та статистичних джерел (у тому числі викладені іноземною мовою); самостійно, досконало виконав розрахунки, креслення, продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів з практичним застосуванням; використав сучасні комп'ютерні програми; виконав роботу грамотно, літературною українською мовою; подав роботу до захисту у визначений кафедрою термін; доповідь і захист роботи обґрунтовані, виявлені комплексні знання зі спеціальних навчальних дисциплін стосовно теми курсової роботи, впевнено і обґрунтовано відповів на запитання членів комісії
82 – 89	B (добре)	Добре	Курсова робота виконана у повній відповідності до вимог робочої програми навчальної дисципліни та методичних рекомендацій до виконання курсової роботи; зміст графічних матеріалів відображає результати, які отримані в розрахунковій частині та оформлено згідно з нормативними вимогами; студент показав досить глибокі теоретичні знання з даної навчальної дисципліни, оволодів

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4
			первинними навичками дослідної роботи, але вагається під час вибору та обґрунтування основних проєктних рішень; самостійно виконав графічну частину і пояснювальну записку, продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів з практичним застосуванням; використав сучасні комп'ютерні програми; виконав роботу грамотно, літературною українською мовою; оформив роботу відповідно до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін; на захисті продемонстрував добрі знання зі спеціальних навчальних дисциплін стосовно теми курсової роботи
75 – 81	С (добре)	Добре	Курсова робота виконана у повній відповідності до вимог робочої програми навчальної дисципліни та методичних рекомендацій до виконання курсової роботи; зміст графічних матеріалів відображає результати, які отримані в основній частині. Студент показав добрі теоретичні знання з даної навчальної дисципліни, оволодів первинними навичками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, але висновки щодо проведеного аналізу та проєктні пропозиції не досить ґрунтовні; самостійно виконав основну частину, але мають місце помилки та недоопрацювання. Продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів з практичним застосуванням, однак відчуває труднощі щодо їх обґрунтування. Виконав роботу грамотно, українською мовою; оформив роботу відповідно до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін. На захисті продемонстрував добрі знання з теми дослідження, відповів на запитання членів комісії з декількома неточностями

Закінчення табл. 3.1

1	2	3	4
64 – 74	D (задовільно)	Задовільно	Курсова робота виконана з незначними порушеннями вимог робочої програми навчальної дисципліни і методичних рекомендацій до виконання курсової роботи; в пояснювальній записці виявлені помилки; в аналітичній частині є надлишок елементів описовості; добір інформаційних ресурсів та джерел не завжди актуальний та обґрунтований; є певні помилки в узагальненні отриманих результатів, розумінні міждисциплінарних зв'язків та способах прикладного застосування отриманих знань. Робота подана до захисту у визначений кафедрою термін, однак студент неякісно підготував та виконав доповідь, невпевнено відповідає на основні питання за змістом роботи
60 – 63	E (задовільно)	Задовільно	Курсова робота виконана з суттєвими порушеннями вимог робочої програми навчальної дисципліни і методичних рекомендацій до виконання курсової роботи; в основній частині виявлені суттєві помилки; робота не структурована, має місце неякісне оформлення текстової та графічної частини роботи. Робота подана до захисту з порушенням терміну, встановленого кафедрою; у відповідях на запитання членів комісії допущені грубі помилки; не систематизована доповідь захисту в цілому
35 – 59	FX (незадовільно) з можливістю повторного складання	Незадовільно	Невідповідність змісту і матеріалу затвердженій темі курсової роботи. Студент у цілому орієнтується в матеріалі навчальної дисципліни
1 – 34	F (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням	Незадовільно	Робота не виконана або виконана не самостійно, студент не орієнтується в матеріалі навчальної дисципліни та курсової роботи

У разі встановлення того, що робота виконувалась не самостійно, студенту затверджують нову тему. Студенти, які одержали під час захисту курсової роботи оцінку "незадовільно", або не захистили курсову роботу, не мають права на складання іспиту за навчальною дисципліною "Організація рекламної та PR діяльності".

Рекомендована література

1. Вимоги до оформлення дисертацій та авторефератів дисертацій (розроблено на підставі ДСТУ 3008-95 "Документи. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення") // Бюлетень ВАК України. – 2011. – № 9/10. – С. 2–10.

2. Методичні рекомендації до написання дипломних робіт для студентів спеціальності 061 "Журналістика" другого (магістерського) рівня [Електронний ресурс] / укл. О. П. Просяник, О. Г. Зима; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. – Електронні текстові дані (645 КБ). – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 42 с.

3. Організація рекламної та PR діяльності : робоча програма навчальної дисципліни для студентів спеціальності 061 "Журналістика" першого (бакалаврського) рівня / укл. Г. О. Холодний. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 11 с.

4. Положення про порядок здачі та проходження рукопису від його підготовки до видання. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 44 с.

5. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у Харківському національному економічному університет імені Семена Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-pro-systemu-vnutrishnogo-zabezpechennya-yakosti-osvitnoyi-diyalnosti-ta-yakosti-vyshhoyi-osvity-u-Harkivskomu-natsionalnomu-ekonomichnomu-universyteti-imeni-Semena-Kuznetsya.pdf.

6. Про вищу освіту : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18.

Додатки

Додаток А

Таблиця А.1

Орієнтований перелік тем курсової роботи

№ з/п	Перелік тем курсових робіт
1	2
1	Організація та структура рекламного процесу
2	Зв'язки з громадськістю як складова соціальних комунікацій
3	Основні моделі проведення рекламних та PR кампаній
4	Організація роботи рекламних та PR агентств
5	Особливості проєктування рекламних кампаній у сучасних умовах
6	Особливості організації рекламної кампанії в політичній (соціальній, комерційній) сфері
7	Вплив засобів комунікації на процес становлення й розвитку сучасного рекламного середовища й сфери PR
9	Організація рекламної та PR кампанії
10	Психологічні аспекти діяльності спеціалістів у галузі реклами та PR діяльності
11	Організація та управління діяльністю PR служб
12	Особливості стратегічного підходу до здійснення рекламної та PR діяльності
13	Стратегічний підхід до реалізації рекламної та PR діяльності в умовах політичних, економічних та соціальних трансформацій у світі
14	Етико-психологічні стандарти та принципи професіональної поведінки у сфері реклами і PR
15	Стратегії PR в умовах глобалізації масмедіа
16	Соціально-психологічне маніпулювання у рекламі та PR
17	Виставки і ярмарки як форми PR
18	Організація та проведення виставкової діяльності (пресконференції, презентації, семінарів-тренінгів, клубних вечорів (*party*), конференцій) в рамках діяльності рекламних та PR агенцій
19	Фірмовий стиль і корпоративна культура в PR: зміст і значення
20	Проблема ефективності рекламної та PR діяльності: значення, підходи, моделі і критерії
21	PR технології формування корпоративного іміджу

Закінчення табл. А.1

1	2
22	Організація і проведення PR заходів
23	Управління кризовими й проблемними ситуаціями засобами цільової реклами й PR
24	Антикризові PR у державному секторі, політичній сфері й виборчих технологіях
25	Основні етапи та технології процесу розроблення рекламного звернення
26	Реклама як фактор формування стилю життя в сучасному українському суспільстві
27	Вплив реклами на формування цінностей сучасного українського соціуму
28	Креатив у рекламі та PR: тенденції в світі та в Україні
29	Інформаційні технології в діяльності рекламних агенцій та служб PR
30	Інноваційні технології у рекламній та PR діяльності

Додаток Б

Приклад оформлення змісту курсової роботи

ЗМІСТ

ВСТУП 3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 5
1.1. Сутність та складові рекламної діяльності 5
1.2. Організація рекламної діяльності 11
1.3. Напрями розвитку рекламної діяльності на основі інтернет-технологій 16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НВП "ПРОМТЕХСНАБ" 21
2.1. Загальна характеристика підприємства НВП "Промтехснаб" 21
2.2. Аналіз зовнішнього ринкового середовища НВП "Промтехснаб" 25
2.3. Аналіз внутрішнього середовища та рекламної діяльності підприємства НВП "Промтехснаб" 30
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ І ПРОГРАМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 34
3.1. Обґрунтування напрямів і програми вдосконалення рекламної діяльності підприємства НВП "Промтехснаб" 34
ВИСНОВКИ 43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 45
ДОДАТКИ 47

Додаток В

Приклад оформлення титульного аркуша курсової роботи

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І ЖУРНАЛІСТИКИ

КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ

КУРСОВА РОБОТА

з навчальної дисципліни "Організація рекламної та PR діяльності"

на тему_____
_____

Виконав: студент 3 групи_____
спеціальності: 061 "Журналістика"
ОП "Реклама і зв'язки з громадськістю"

_____
(ПІБ)

Керівник ____ _____
(ПІБ)

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії: _____ _____
(підпис) (ПІБ)

_____ _____
(підпис) (ПІБ)

_____ _____
(підпис) (ПІБ)

Харків – 2021 рік

Додаток Г

Приклад оформлення списку використаних джерел

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України. – Київ : Інститут законодавства Верховної Ради України, 1996. – 142 с.

2. Іванова І. Б. Основні напрями досліджень рекламної комунікації в сучасному гуманітарному просторі / І. Б. Іванова // Вісник Харківської державної академії культури : зб. наук. пр. Сер. : Соціальні комунікації. – Харків : ХДАК, 2019. – Вип. 56. – С. 200–206.

3. Джефкінс Ф. Реклама : [практ. посіб.] / Ф. Джефкінс. – Київ : Знання, 2001. – 456 с.

4. Кант И. Антропология с прагматической точки зрения. Метафизические начала естествознания / И. Кант. – Санкт-Петербург : Наука, 1999. – 471 с.

5. Основи реклами і зв'язків із громадськістю [Текст] : підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. – Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. – 431 с.

6. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз [Текст] : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – 3-тє вид., виправ. і доп. – Київ : Знання, 2006. – 328 с.

7. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

8. Хамініч С. Ю. Інтернет-реклама як основний чинник просування товару в сучасних умовах / С. Ю. Хамініч, К. В. Третьяк / Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 504–507.

9. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика як дискурс сучасної славістики: наукова перспектива / Л. І. Шевченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/511.

10. Bell A. Approaches to media discourse / A. Bell. – London : Blackwell, 1996. – 287 p.

11. Lysytsia N. Motives for using social networks (on the example of Facebook) / N. Lysytsia, Y. Byelikova // Social technologies: current issues of theory and practice. – Zaporozhye : Helvetica, 2019. – № 84. – P. 33–45.

12. Corner J. The Scope of Media Linguistics / J. Corner // BAAL Newsletter. – 1998. – 188 p.

Зміст

Вступ.....3
1. Підготовка до написання курсової роботи. Загальні рекомендації до вибору теми та складання плану роботи.....5
1.1. Етапи підготовки курсової роботи.....5
1.2. Вибір теми курсової роботи.....6
1.3. Складання плану курсової роботи.....8
2. Виконання курсової роботи.....9
2.1. Загальні вимоги до структури та змісту курсової роботи.....9
2.2. Вимоги до оформлення курсової роботи.....16
3. Підготовка та порядок захисту курсової роботи.....27
3.1. Підготовка і захист курсової роботи.....27
3.2. Оцінювання курсової роботи.....28
Рекомендована література.....32
Додатки.....33

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ТА PR ДІЯЛЬНОСТІ

Методичні рекомендації до написання курсових робіт

для студентів спеціальності 061 "Журналістика" першого (бакалаврського) рівня

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладач **Холодний** Геннадій Олександрович

Відповідальний за видання *К. В. Яресько*

Редактор *В. О. Дмитрієва*

Коректор *В. Ю. Труш*

План 2021 р. Поз. № 181 ЕВ. Обсяг 39 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру ***ДК № 4853 від 20.02.2015 р.***