

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ** для  
**написания курсовых работ**  
для студентов, обучающихся по направлению  
**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Квалификация (степень) - бакалавр**

Москва  
2021

## Оглавление

1. Цель и задачи написания курсовых работ .....	2
2. Основные требования к написанию курсовой работы.....	2
2.1. Выбор темы.....	3
2.2. Составление плана .....	3
2.3. Написание курсовой работы .....	4
2.4. Оформление курсовой работы .....	5
2.5. Защита курсовой работы .....	8
Приложение 1.....	9
Приложение 2.....	10
Приложение 3.....	11
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	13

## 1. Цель и задачи написания курсовых работ

Курсовая работа является важным элементом учебного процесса.

Цель состоит в том, чтобы студент расширил и углубил свои знания по ключевым дисциплинам, выработал умение глубоко и самостоятельно разрабатывать конкретную проблему курса; обобщать, систематизировать и анализировать данные, полученные из литературных источников, статистических материалов.

Написание курсовой работы имеет большое значение для углубления навыков исследовательской работы и необходимого опыта в изложении полученных знаний и результатов проделанной работы с соблюдением общепринятых требований в отношении стиля, чётности формулировок, последовательности расположения материалов, внешнего оформления. Всё это подготавливает студента к выполнению более сложной работы - написанию квалификационной (выпускной) работы.

Написание курсовых работ при обучении по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» предусмотрено по дисциплинам «Основы разработки и технологии производства рекламного продукта», «Теория и практика связей с общественностью». Примерные темы курсовых работ приведены в рабочей программе дисциплины.

## 2. Основные требования к написанию курсовой работы

К курсовой работе предъявляются следующие основные требования:

- 1) высокий теоретический уровень, который достигается путём изучения классических трудов учёных;
- 2) критическое осмысление современных взглядов по теоретическим вопросам, умение высказывать и обосновывать собственное мнение;
- 3) научный, теоретический подход к изучаемым фактическим материалам, направленный на улучшение того или иного процесса;
- 4) насыщенность фактическим материалом, заимствованным из статистических источников, СМИ, документальных источников;
- б) литературное изложение и правильное оформление курсовой работы, с соблюдением основных требований, предъявляемых к её оформлению.

Курсовая работа выполняется студентом самостоятельно. Закреплённый научный руководитель помогает студенту сориентироваться в литературе, выбрать правильное направление исследования, выделить наиболее важные и актуальные теоретические и практические вопросы темы.

Весь процесс подготовки, выполнения и защиты курсовых работ состоит из следующих этапов:

1. Выбор темы.
2. Составление плана. 3.

- Написание работы.
4. Оформление курсовой работы. 5.  
Защита курсовой работы.

## 2.1. Выбор темы

Тематика курсовых работ разрабатывается кафедрой. При подборе те-мы кафедра ориентируется на круг вопросов, изучаемых в курсе, и наряду с этим увязывает темы с тенденциями развития науки, изменениями в социальной сфере, поэтому тематика курсовых работ периодически пересматривается. Ознакомиться с примерной тематикой курсовых работ можно в рабочей программе дисциплины.

Студенту представляется возможность выбрать тему работы за не-сколько месяцев до срока её сдачи. Это даёт студенту более глубоко изучить литературу, постепенно накопить и осмыслить материал. Студенту предоставляется право выбирать тему по своему усмотрению. В отдельных случаях по согласованию с руководителем и заведующим кафедрой студент может взять тему, не входящую в рекомендуемый перечень курсовых работ. Студент при выборе темы должен руководствоваться научным и практическим интересом к той или иной проблеме, учитывать знакомство со специальной литературой.

## 2.2. Составление плана

План курсовой работы должен отражать её направление, характер. В связи с этим перед составлением плана студент знакомится с основными литературными источниками, позволяющими разобраться в важнейших вопросах темы. Подбор литературы – самостоятельная работа студента.

При подборе литературы следует обращать внимание на год издания, так как инструктивный материал периодически изменяется. Актуальной считается информация, опубликованная не ранее 2017 года. Подобрать соответствующие теме статьи в журналах можно, используя список напечатанных статей за год, публикуемый в 12 номерах журналов.

Курсовая работа может быть ориентирована больше на теорию или больше на практику, может рассматриваться исторический аспект или анализироваться зарубежный опыт. Но, несмотря на различные подходы к написанию плана, желательна следующая схема работы:

Введение.

Теоретическая часть (глава 1).

Аналитическая часть (глава 2). Заключение.

Список использованной литературы.

Приложения.

План работы в обязательном порядке согласуется с научным руководителем

### 2.3. Написание курсовой работы

Курсовая работа должна представлять собой единое целое: между отдельными разделами и подразделами должна существовать логическая связь.

Курсовая работа должна состоять из следующих частей:

Титульный лист

Содержание с указанием страниц, глав, разделов и подразделов Введение

Теоретическая часть

Аналитическая часть Заключение

Список использованной литературы

Приложения

Каждая глава подразделяется на параграфы (разделы и подразделы), которые последовательно и логично раскрывают основное содержание исследования. Каждую из глав целесообразно завершать обобщением или заключением, в которых кратко формируются основные результаты изучения рассматриваемых в данной главе вопросов. Теоретической, аналитической частям работы необходимо давать названия, раскрывающие их содержание и согласованные с темой курсовой работы.

*Титульный лист* представляет собой бланк установленного образца (приложение 2). На нем указывается название университета, кафедра, тема курсовой работы, а ниже, с правой стороны листа кто выполнил – фамилию, имя, отчество студента, группу и кто проверил – ученое звание и ученую степень, должность, фамилию, имя и отчество руководителя.

*Содержание* включает наименование всех разделов и подразделов с указанием номеров страниц, на которых размещается начало материала раздела, подраздела. Наименования разделов, включенные в содержание, записывают прописными буквами. Наименования подразделов, включенные в содержание, записывают строчными буквами, за исключением первой, прописной (большой). Если заголовок состоит из двух и более строк, то следующие строки располагают под началом первой строки заголовка. Слово «Содержание» записывают в виде заголовка (симметрично тексту) прописными буквами. Рубрики в содержании словесно должны быть точной копией рубрик в тексте. В содержании указывают не только номер приложения, но и его заголовок (приложение 3).

*Введение* (общий объем 1.5-2 страницы). Здесь обязательно отражаются: актуальность выбранной темы, обоснование ее выбора; цель курсовой работы (формируется исходя из ее темы), задачи исследования (определяются в соответствии с планом работы), объект исследования, предмет исследования; теоретическая основа разработки темы курсовой работы: труды отечественных и зарубежных ученых (перечислить Ф.И.О.); методы исследований, которые применялись автором при обработке материала курсовой работы.

*Первая глава* (общий объем 10-15 листов) имеет теоретический характер. В ней рассматриваются теоретико-методологические вопросы, лежащие в основе всего исследования.

*Вторая глава* (общий объем 15- 20 листов) имеет практический и аналитический характер.

Статистические данные должны быть сведены в таблице и проанализированы. По тексту работы включаются небольшие таблицы, а объёмный (более 0,5 страницы А4) статистический материал, диаграммы, выносятся за текст в приложение.

В конце работы необходимо сделать заключение, в котором проводятся основные выводы по работе. *Заключение* должно составлять не менее 5% объёма работы.

*Список использованной литературы* должен включать все использованные для данной работы источники (учебники, монографии, справочники, журнальные статьи и др.). Список литературы должен содержать не менее 25 наименований использованных литературных источников, расположенных в алфавитном порядке. В список включаются все законы и положения, касающиеся темы. Обязательным требованием является наличие источников последних двух лет издания.

*Приложения* включают, как правило, вспомогательный материал, тщательнее иллюстрирующий раскрытую тему (графики, схемы, дополнительные расчеты, таблицы).

В процессе написания курсовой работы научные руководители проводят консультации, которые имеют целью помочь студентам в устранении встречающихся затруднений, дают возможность контролировать ход написания работы.

## **2.4. Оформление курсовой работы**

Текст работы должен быть набран на компьютере шрифтом Times New Roman размером 14 пт. с использованием текстового редактора Microsoft Word, либо аналогичным по размеру и типу шрифтом при использовании других текстовых редакторов на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297мм), используя полуторный междустрочный интервал.

Шрифт, используемый в иллюстративном материале (таблицы, графики, диаграммы и т.п.), при необходимости может быть меньше основного, но не менее 10 пт.

Поля страницы должны быть следующие:

- левое поле - 30 мм;
- правое поле - 10 мм;
- верхнее поле - 20 мм;
- нижнее поле - 20 мм.

Каждый абзац должен начинаться с красной строки. Отступ абзаца – 1,25 мм от левой границы текста.

Сноски и подстрочные примечания помещаются в нижней части соответствующей страницы и заканчиваются до границы нижнего поля. Все страницы, за исключением приложений работы должны быть пронумерованы. Нумерация проставляется внизу страницы в правом нижнем или верхнем углу.

Первой страницей считается титульный лист, на котором номер страницы не проставляется.

Нумерация начинается со второй страницы работы - Содержание. Номера страниц проставляются в правом нижнем или верхнем углу, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы.

Содержание должно включать введение, названия глав и параграфов, заключение, список использованных источников и литературы, приложения с указанием страниц, с

которых они начинаются. Заголовки в содержании должны полностью соответствовать заголовкам глав и параграфов в тексте работы. Введение, каждая новая глава, заключение, список использованных источников и литературы, приложения начинаются с новой страницы, кроме параграфов, которые входят в состав глав. Введение, название глав, параграфов, заключение, список использованных источников и литературы в тексте форматируется по центру и выделяется жирным шрифтом. Точки в названиях глав и параграфов не ставятся.

Параграфы нумеруются арабскими цифрами в пределах главы (1.1, 1.2, и т.п.).

После каждой главы необходимо сделать краткие выводы.

#### 2.4.1. Оформление формул и расчетов, рисунков и таблиц

Помещаемые в текст формулы должны быть пронумерованы в пределах главы, например, формулы (2.1, 2.2 и т.д.), где первая цифра обозначает номер главы, а вторая - номер формулы в пределах этой главы. Ссылки в тексте на соответствующие формулы даются в круглых скобках. На следующей строке после формулы ставится слово «где» (без двоеточия после него) и даются пояснения символов, использованных в формуле, в той последовательности, в которой они встречаются в формуле. Пояснения каждого символа даются с новой строки.

Иллюстративный материал (таблицы, графики, рисунки, формулы, схемы и т.д.) включается в выпускную квалификационную работу с целью обеспечения наглядности. Графики, схемы и диаграммы располагаются непосредственно после первого его упоминания в тексте. Название графиков, схем и диаграмм помещается под ними, пишется без кавычек и содержит слово Рис. и указание на порядковый номер рисунка без знака №, например: Рис. 1.1 Название рисунка. Все рисунки должны быть пронумерованы в пределах главы арабскими цифрами. Возможна сквозная нумерация рисунков: Рис 1. Название

Все таблицы в тексте должны быть пронумерованы в пределах главы, аналогично рисункам. Ссылка на таблицу в тексте дается по ее номеру (например, см. табл. 1.1). Над таблицей с правого края листа помещается слово «Таблица» и ставится ее порядковый номер (2.1, 2.2, 2.3 и т.п.). Ниже, на следующей строке, указывается название таблицы. Название таблицы должно быть выровнено по центру. Точка в конце названия таблицы не ставится. После названия помещается сама таблица.

#### 2.4.2. Оформление использованных источников и приложений

Список использованных источников и литературы должен содержать не менее 15 наименований источников и оформляется в соответствии с принятым стандартом. И использованные источники указываются в конце работы перед приложениями. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке работы и на которые имеются ссылки в работе.

Список использованных источников и литературы указывается в следующем порядке:

-нормативные правовые акты (Конституция РФ, законы РФ, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, подзаконные нормативные акты);

-учебники, монографии, диссертации, статьи;

-интернет-ресурсы.

Нормативно-правовые акты располагаются по юридической силе (Конституция, ФКЗ, ФЗ, Указы Президента, Постановления Правительства, акты министерств и ведомств и т.д.). Учебники, монографии, диссертации, статьи, интернет-ресурсы проставляются в алфавитном порядке (авторов или названий). Все использованные источники должны быть пронумерованы арабскими цифрами и иметь сквозную нумерацию по всему списку источников.

Ссылки на литературные источники:

Подстрочные ссылки располагаются в конце каждой страницы. В этом случае для связи с текстом используются цифры. Например: В тексте: Дошедшие до нас памятники, чаще всего представлены летописными сводами

В сноске:

---

1. Культурология. История мировой культуры. — М., 2018. — С. 199.

Повторяющиеся сведения. Если в повторяющихся библиографических записях совпадают сведения, то во 2-ой и последних записях их заменяют словами “То же”, “Там же”.

Затекстовые ссылки оформляются как перечень библиографических записей, помещенных после текста. Связь библиографического списка с текстом осуществляется по номерам записей в списке использованных источников и литературы. Такие номера в тексте работы заключаются в квадратные [ ] скобки, через запятую указываются страницы, где расположена цитата. Цифры в них указывают, под каким номером следует в библиографическом списке искать нужный документ. Например: [34, С.78].

При описании литературного источника следует руководствоваться также использованием трех видов библиографического описания: под именем индивидуального автора, под наименованием коллективного автора, под заглавием.

Описание «под именем индивидуального автора» применяется при описании книг, докладов, статей, диссертаций и т.п., написанных не более чем тремя авторами. В этом случае вначале приводится фамилия автора (фамилии авторов), затем название книги (статьи), затем остальные данные источника (назначение, издательство, объем):

**1. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П. А. Кузнецов. — М.: Дашков и К, 2018. — 296 с.**

Описание «под заглавием» применяется для книг, имеющих более трех авторов, в сборниках произведений различных авторов, книги, в которых автор не указан, а также нормативных документах, справочниках и т.д. В этом случае вначале указывается название источника, затем сведения об авторах и остальные элементы описания источника. Например,

***Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейнз, брендинг [Текст]: учебное пособие / Ф. И. Шарков — М.: Дашков и К, 2018. — 324 с.***

Описание «под наименованием коллективного автора» означает, что в начале описания ставится наименование организации (учреждения) - автора документа, приводится дата и номер документа, а затем название самого документа. Обычно такое описание дается на постановления Правительства, материалы конференций и т.п.

В приложениях используются материалы, дополняющие текст работы. Например, использованные для расчетов данные; таблицы и рисунки нестандартного формата

(большего, чем А4) и т.д.

Приложения оформляются после списка использованных источников, последовательно нумеруются арабскими цифрами в правом верхнем углу, например: «Приложение 1» и т.д. Страницы приложений не нумеруются. В тексте работы на все приложения должны быть приведены ссылки. Каждое приложение начинается с новой страницы.

## **2.5. Защита курсовой работы**

Сданная курсовая работа проверяется научным руководителем. По ней составляется рецензия, в которой отмечаются положительные и отрицательные моменты. По результатам проверки курсовая работа либо допускается к защите, либо не допускается к защите, т.е. работа подлежит дальнейшей доработке с учетом указанных замечаний преподавателя.

Курсовая работа не допускается к защите и возвращается студенту, если её содержание не раскрывает тему исследования или студент не проявил достаточной самостоятельности в работе. Повторная курсовая работа дополнительно проверяется преподавателем, причем учитывается степень работы студента над сделанными замечаниями. Если недостатки не исправлены, курсовая работа вновь возвращается студенту на повторную доработку.

Если курсовая работа не получила допуска к защите, она должна быть переписана только по той теме, по которой она была выполнена впервые.

*Не допускаются к защите варианты курсовых работ, найденные в Интернете, сканированные варианты учебников и учебных пособий, а также копии ранее написанных студенческих работ.*

Беседа по итогам курсовой работы проводится индивидуально. Процесс защиты состоит в следующем: в начале защиты студент кратко докладывает содержание работы, формулирует основные выводы. Затем он отвечает на замечания, указанные в рецензии, и на задаваемые вопросы.

Особое внимание при оценке работы обращается на степень самостоятельности, умение анализировать и критически оценивать действующую практику, защищать положения, обоснованные в работе.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**по дисциплине «Теория и практика связей с  
общественностью»**

**Тема:** \_\_\_\_\_

**Выполнил:** студент \_\_\_\_\_ курса группа

\_\_\_\_\_  
Иванов И.И.

**Проверил:** к.ф.н., доцент Петров И. И.

Москва  
2021

Содержание

	Стр.
Введение.....	3
1.	
1.1.....	5
1.2. ....	11
2.	
2.1 .....	19
2.2. ....	25
Заключение.....	29
Список использованной литературы.....	33



---

---

---

---

Итоговая оценка по курсовой работе \_\_\_\_\_  
Рецензент к.ф.н., доцент \_\_\_\_\_

Иванов И.И.

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 5.1. Основная литература

1. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>
2. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 3-е изд. — М.: Дашков и К, 2018. — 128 с. — ISBN 978-5-394-02168-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85170.html>
3. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — М.: Дашков и К, 2017. — 512 с. — ISBN 978-5-394-02549-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/62445.html>
4. Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание): практическое пособие / С. Н. Бердышев. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57030.html>
5. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87862.html>
6. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин ; под редакцией П. Суворовой. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86863.html>
7. Базиян, Н. Р. Реклама и PR / Н. Р. Базиян. — 2-е изд. — М.: Юриспруденция, 2018. — 448 с. — ISBN 978-5-9516-0830-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86540.html>
8. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет: методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86412.html>
9. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — М.: Дашков и К, 2018. — 324 с. — ISBN 978-5-394-00792-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85717.html>
10. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд. — М.: Дашков и К, 2019. — 538 с. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85319.html>

11. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П. А. Кузнецов. — М.: Дашков и К, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85272.html>
12. Васильева, Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: практическое пособие / Е. А. Васильева. — 3-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 156 с. — ISBN 978-5-394-03192-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83127.html>
13. Иванов, А. Бесплатная реклама: Результат без бюджета / А. Иванов. — 4-е изд. — М.: Альпина Паблшер, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-9614-5117-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83083.html>
14. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П. А. Кузнецов. — М.: Дашков и К, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85272.html>

#### Дополнительная литература:

1. Ясинская, М. Б. Литература: практикум по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» / М. Б. Ясинская. — М.: Московский гуманитарный университет, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-906912-38-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74728.html>
2. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. — М.: Дашков и К, 2018. — 246 с. — ISBN 978-5-394-01087-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85160.html>
3. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник для бакалавров / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — М.: Дашков и К, 2019. — 452 с. — ISBN 978-5-394-03119-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85355.html>
4. Марк, Тангейт Всемирная история рекламы / Тангейт Марк перевод А. Зотагин, В. Ибрагимов; под редакцией Ю. Быстровой. — 3-е изд. — М.: Альпина Паблшер, 2019. — 286 с. — ISBN 978-5-9614-5787-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86728.html>
5. Тевлюкова, О. Ю. Социология рекламы: учебное пособие / О. Ю. Тевлюкова. — Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2016. — 140 с. — ISBN 978-5-7014-0763-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87165.html>
6. Коханова, Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика» / Л. А. Коханова; под редакцией Я. Н. Засурского. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 379 с. — ISBN 5-238-01134-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81590.html>

7. Чернатони Бренддинг. Как создать мощный бренд: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли Чернатони де, МакДональд Малькольм ; перевод Б. Л. Ерёмин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71210.html>
8. Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 492 с. — ISBN 978-5-238-01769-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81796.html>
9. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В. Г. Петелин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 447 с. — ISBN 5-238-00935-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81815.html>
10. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>
11. Сергиенко, Е. А. Телевизионная реклама и дети / Е. А. Сергиенко, Н. Н. Таланова, Е. И. Лебедева. — 2-е изд. — М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 192 с. — ISBN 978-5-9270-0265-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88405.html>
12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87990.html>
13. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С. Б. Головкин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 423 с. — ISBN 978-5-238-01477-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83031.html>
14. Ушанов, П. В. Реклама в телевизионной программе: учебное пособие / П. В. Ушанов. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 48 с. — ISBN 978-5-4486-0004-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66628.html>
15. Пендикова, И. Г. Концептуализм как творческий метод дизайна и рекламы: учебное пособие / И. Г. Пендикова. — Омск: Омский государственный технический университет, 2016. — 120 с. — ISBN 978-5-8149-2327-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60878.html>

16. Интеллектуальная собственность и реклама: Актуальные вопросы, административная и судебная практика / Е. Тиллинг, И. Мощный, И. Чубукова [и др.]; под редакцией И. Шаблинского, Е. Тиллинг. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 187 с. — ISBN 978-5-9614-1191-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82862.html>
17. Фрумкин, Г. М. Сценарное мастерство. Кино – телевидение – реклама: учебное пособие / Г. М. Фрумкин. — М.: Академический Проект, 2016. — 224 с. — ISBN 978-5-8291-1475-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60094.html>
18. Скрипникова, Н. Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations : теоретические брифы. Учебное пособие / Н. Н. Скрипникова. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 53 с. — ISBN 978-5-89040-561-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>
19. Елина, Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание): учебное пособие / Е. А. Елина. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57150.html>
20. Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 135 с. — ISBN 978-5-238-01245-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81771.html>
21. Социальная реклама: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Бернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под редакцией Л. М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — ISBN 978-5-238-01544-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>
22. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html>
23. Найджел, Морган Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет; перевод В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 5-238-00647-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>
24. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова; под редакцией Л. М. Дмитриева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>
25. Кайль, Я. Я. Учебно-методическое пособие по организации прохождения всех видов практик и выполнения научно-исследовательских работ / Я. Я. Кайль, Р. М. Ламзин,

- М. В. Самсонова. — Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-9669-1862-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82560.html>
26. Методические рекомендации по подготовке курсовых и дипломных работ по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)» / составители О. Ю. Гаврикова [и др.]. — Омск: Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2017. — 52 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74269.html>
27. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции. Учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко. — М.: Дело, 2016. — 520 с. — ISBN 978-5-7749-1135-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51076.html>
28. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. — М.: Дашков и К, 2016. — 324 с. — ISBN 978-5-394-00792-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/5249.html>

#### ***Интернет-ресурсы:***

1. Президент Российской Федерации <http://president.kremlin.ru/>
  2. Правительство Российской Федерации <http://www.government.ru/>
  3. Государственная Дума <http://www.duma.gov.ru/>
- Федеральные органы исполнительной власти
4. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека <http://www.rospotrebnadzor.ru>
  8. Федеральное агентство по образованию <http://www.ed.gov.ru>
  9. Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации <http://www.economy.gov.ru>
  10. Федеральная антимонопольная служба <http://www.fas.gov.ru/>
  11. Федеральная налоговая служба <http://www.nalog.ru/> 58
- Судебная власть:*
12. Конституционный суд Российской Федерации <http://www.ksrf.ru/>
  13. Верховный Суд Российской Федерации <http://www.supcourt.ru/>
  14. Высший Арбитражный Суд Российской Федерации <http://www.arbitr.ru/>
- Правовые базы:*

15. Гарант <http://www.garant.ru/>

16. Кодекс <http://www.kodeks.ru/>

17. Консультант плюс <http://www.consultant.ru/>

[www.advi.ru](http://www.advi.ru)

<http://www.ir-magazine.ru>

<http://www.outdoor.ru>

<http://www.pronline.ru>