


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»
(ВятГУ)

Колледж ВятГУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа



Вахрушева Л.В.

31.08.2023 г.

рег. №3-42.02.01.51_2023_00

**Методические рекомендации по выполнению и защите
курсового проекта студентами ВятГУ,
обучающимся по образовательной программе
среднего профессионального образования
41.02.01 Реклама**

Киров, 2023

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Цели и задачи курсового проекта

Курсовой проект – один из видов самостоятельной учебной деятельности студентов, представляющий собой творческое решение учебной или (желательно) реальной профессиональной задачи. Выполнение курсового проекта рассматривается как вид учебной работы по профессиональному модулю ПМ 02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий (МДК.02.01 Планирование и реализация рекламных и коммуникационных кампаний и мероприятий) и реализуется в пределах времени, отведенного на его изучение.

Целями выполнения курсового проекта являются:

- систематизация и обобщение полученных теоретических знаний и практических умений студентов по профессиональному модулю;
- углубление теоретических знаний в соответствии с заданной темой;
- формирование и совершенствование общих и профессиональных компетенций;
- развитие профессионально значимых прикладных и исследовательских умений путём вовлечения студентов в разработку реальных профессиональных решений;
- проверка и определение уровня теоретической и практической готовности выпускников; подготовка к государственной итоговой аттестации;
- формирование умения формулировать логически обоснованные выводы, предложения и рекомендации по результатам выполненной работы, компетентно отвечать на вопросы, вести профессиональную дискуссию, убеждать оппонентов в правильности принятых решений;
- формирование навыков планомерной регулярной работы над решением поставленной задачи;
- развитие умений работы со специальной литературой и иными

информационными источниками, умений работы с программным инструментарием;

- приобретение опыта аналитической, организационной, коммуникационной работы и формирование соответствующих умений.

1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате выполнения курсового проекта

В результате выполнения курсового проекта обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Общие компетенции (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

1.3. Тематика курсовых проектов

Тематика курсовых проектов разрабатывается преподавателем междисциплинарного курса на основе актуальных запросов регионального рынка

отрасли рекламы и предложений, поступающих от обучающихся. Разработанная тематика курсовых проектов рассматривается на заседании предметной цикловой комиссии и утверждается распоряжением по колледжу.

Не ранее чем через две недели после начала занятий междисциплинарному курсу (для студентов очной формы обучения) необходимо определиться с темой курсового проекта и получить предварительную консультацию у руководителя, в ходе которой определяется специфика и порядок выполнения проекта. Каждому обучающемуся выдается индивидуальное задание (Приложение А).

На последующих консультациях преподаватель разъясняет вопросы, вызывающие у студента затруднения, корректирует и утверждает план выполнения курсового проекта, оказывает помощь в выработке методики проведения прикладных исследований, инструментарии подготовки и реализации проекта, методике оценки эффективности реализованного проекта, в выборе литературы, дает консультации по возникающим в процессе подготовки курсового проекта вопросам.

Специальное мероприятие или рекламная, коммуникационная кампания, являющиеся темой курсового проекта, могут быть реализованы как индивидуально, так и в мини-команде (2-4 человека). В случае командной реализации проекта каждый участник команды включает в текст и презентацию курсового проекта информацию о тех задачах и результатах, которые обучающийся выполнял и достиг непосредственно.

Курсовой проект пишется студентом самостоятельно, доступным, стилистически грамотным языком, в соответствии с требованиями, предъявляемыми к его написанию и оформлению.

В тексте курсового проекта должны быть использованы первоисточники: статистические данные, справочные материалы, результаты исследований, материалы из средств массовой коммуникации и др., в зависимости от специфики решаемой задачи. Статистический и графический материал рекомендуется приводить как в тексте в виде таблиц и рисунков, как и оформлять в виде приложений (если они занимают объем более одной страницы текста) с

обязательным указанием источника информации; графический материал и таблицы необходимо сопровождать краткими выводами.

Примерные формулировки тем курсовых проектов

В формулировках тем курсовых проектов отражается содержание работ, а также позиционирование и название специального мероприятия / название организации-инициатора рекламной, коммуникационной кампании, обозначенное в представленном ниже перечне знаком [...]. По возможности конкретизируются площадки реализации проекта.

1. Исследование медиапредпочтений аудитории
2. Сравнительная оценка мероприятий / рекламных, коммуникационных кампаний
3. Разработка сценария мероприятия [...]
4. Организация и проведение мероприятия [...]
5. Информационное сопровождение проекта / мероприятия [...]
6. Продвижение мероприятия / рекламной, коммуникационной кампании [...] в социальных сетях
7. Разработка рекламной, коммуникационной кампании [...]
8. Разработка рекламной / коммуникационной концепции [...]
9. Разработка фирменного стиля / дизайна мероприятия / рекламной, коммуникационной кампании [...]
10. Создание медиаконтента* для мероприятия / рекламной, коммуникационной кампании [...]

**с указанием конкретного формата медиаконтента (видео-, фото-, аудио-, текстового, визуального)*

Примеры полной формулировки темы курсового проекта:

Разработка сценария церемонии награждения победителей премии «МедиаМастер-2024»

Создание серии рекламных фотографий для интернет-магазина одежды

Продвижение просветительского проекта «Беседы о русской словесности» в социальной сети ВКонтакте

2. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И ОБЪЕМУ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Минимальный объем курсового проекта – 15 страниц текста стандартного формата (14 шрифтом Times New Roman с полуторным интервалом между строк) без учета библиографического списка и приложений.

Курсовая работа должна включать следующие разделы:

1. Титульный лист;
2. Содержание;
3. Введение;
4. Основную часть;
5. Заключение;
6. Список использованных источников;
7. Приложения.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ВЫПОЛНЕНИЮ ОТДЕЛЬНЫХ РАЗДЕЛОВ ПРОЕКТА

Структура курсового проекта включает следующие разделы: введение; основная часть; заключение (выводы и предложения); список использованных источников; приложения.

Титульный лист является первой страницей и оформляется по строго определенному стандарту (Приложение Б).

В «Содержании» последовательно перечисляются заголовки всех пунктов, пронумерованные согласно их размещению в работе. Содержание должно включать все заголовки, имеющиеся в работе, с обязательным указанием номеров страниц, с которых они начинаются. Заголовки содержания должны точно повторять названия пунктов в тексте работы. Сокращение или представление их в другой формулировке, последовательности или соподчиненности по сравнению с заголовками в тексте не

допускаются. Названием раздела служит слово «Содержание», записанное в отдельной строке без кавычек и без точки.

Во введении отражаются: актуальность темы проектирования, цель, задачи, объект, предмет проектирования, используемые методы прикладных и научных исследований, обзор основной литературы по теме проекта.

Названием раздела является слово «Введение», написанное в отдельной строке без кавычек и без точки.

Под актуальностью темы исследования принято понимать степень его важности в определенный момент времени и в определенных условиях для решения конкретной проблемы.

Способы обоснования актуальности:

- по отдельным фактам выясняется состояние вопроса на практике;
- выявляются причины, порождающие результат;
- анализируются тенденции развития практики и ее нужды;
- выявляются и обосновываются потребности развития практики и теории.

Далее переходят к формулировке цели проектирования. *Цель* курсового проекта определяется его темой), формулируется по SMART-технологии и, как правило, содержит формулировку, помогающую оценить достижимость запланированных результатов.

Достижение цели возможно через решение ряда задач. *Задачи* исследования формулируются в форме перечисления (изучить..., исследовать..., проанализировать..., оценить..., охарактеризовать..., определить..., разработать... выявить... организовать... провести...). Формулировки задач отражают основные этапы проектирования, они должны быть точными и краткими.

Важным элементом введения является формулировка объекта и предмета исследования. *Объект* - это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения и проектирования. *Предмет* - это то, что находится в границах объекта. Объект - более широкое понятие, чем предмет.

Обязательным элементом введения курсового проекта является указание на *методы прикладных и научных исследования*, которые служат инструментом в

добывании фактического материала, являясь необходимым условием достижения поставленной в такой работе цели.

В любом исследовании применяются и общенаучные, и специальные методы исследования. Общенаучные методы исследования делятся на три большие группы: методы эмпирического исследования (наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент, мониторинг); методы теоретического исследования (восхождение от абстрактного к конкретному, исторический и логический методы, формализация, аксиоматический метод, системный метод); общелогические методы, используемые как на эмпирическом, так и на теоретическом уровне исследования (анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия).

Кроме общенаучных методов исследования выделяют частные методов исследования: маркетинговые исследования (исследование субъекта рекламы, товаров или услуг, конкурентов, исследование ниши или объема рынка), медиаисследования (рейтинги средств массовой коммуникации, исследования медиапредпочтений аудитории, контент- и интент-анализ публикаций), экспертиза рекламного продукта.

Специальные методы: конкретно-социологические методы (беседа, интервью, изучение документов, метод экспертных оценок, наблюдение).

Основная часть работы. В пунктах основной части работы подробно рассматриваются этапы подготовки и реализации мероприятия, рекламной или коммуникационной кампании, обобщаются результаты. Материалы, иллюстрирующие или дополняющие основное содержание, выносятся в приложения.

Основная часть курсового проекта заполняется преимущественно в табличном виде по шаблону, представленному в Приложении Г и содержащему комментарии к каждому пункту на сером фоне.

Заполненные пункты содержания курсового проекта сдаются руководителю на проверку в определенные руководителем сроки. Проверенный текст должен быть доработан в соответствии с полученными от руководителя замечаниями. В

случае если какой-либо из пунктов шаблона не может быть заполнен по объективным причинам, вопрос о возможности исключить этот пункт из готового курсового проекта обсуждается с руководителем.

Содержание пунктов основной части курсового проекта должно точно соответствовать теме и полностью ее раскрывать. Оно должно показывать, умение автора сжато, логично и аргументировано излагать собранный материал.

При изложении в курсовом проекте спорных вопросов необходимо приводить мнение различных авторов, сопровождая каждую цитату или обращение к источнику ссылкой. Ссылки оформляются квадратными скобками [], внутри которых указывается номер электронного источника, приведенного в списке использованных источников, или номер печатного источника и соответствующие номера страниц, например: [5, с. 14-17]. Точка ставится обязательно после закрытия скобок.

Заключение (выводы и предложения) должно логично завершать спланированный и реализованный проект и синтезировать его наиболее значимые итоги. Выводы и предложения располагаются в последовательности изложения вопросов основной части работы. В них показывается, как достигнута цель и решены задачи, поставленные во введении, в сжатой, тезисной форме излагаются главные результаты проектирования и, если необходимо в соответствии с темой, фиксируются пути или конкретные мероприятия, рекомендации по совершенствованию процессов. Не допускается делать выводы, отражающие какие-либо общие вопросы и не относящиеся непосредственно к предмету и объекту проектирования.

Список использованных источников служит составной частью курсового проекта и показывает степень изученности вопроса студентом. Он должен включать перечень всех научных, периодических изданий (статьи из журналов и газет), законодательные и инструктивные материалы, статистические сборники, интернет-сайты, социальные сети, на которые студент ссылается в тексте работы (не менее 12 источников). Ссылки на электронные источники оформляются

максимально конкретно, с указанием той страницы на сайте или в социальной сети, откуда непосредственно взята информация.

Список использованных источников со сквозной нумерацией выстраивается в следующем порядке:

1) нормативно-правовые акты, расположенные согласно их юридической силе;

Например,

Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: [федер. закон: принят Гос. Думой 5 августа 2000 г. ред. от 29.12. 2019]. – Режим доступа : [Консультант Плюс]. – Загл. с экрана.

2) учебники, монографии, статьи, статистические сборники и др. справочная литература, расположенные в алфавитном порядке;

Например,

Базаров Т. Ю. Управление персоналом: учеб. пособие / Т. Ю. Базаров. – М. : Академия, 2017. – 218 с.

Браславский П.И., Данилов С.Ю. Интернет как средство инкультурации и аккультурации // Взаимопонимание в диалоге культур: условия успешности: монография: в 2 ч. / под общ. ред. Л.И. Гришаевой, М.К. Поповой. — Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2018. — Ч. 1. — С. 215-228.

3) интернет-ресурсы.

Например,

Российский федеральный образовательный портал. - Режим доступа: <http://www.edu.ru/>

Приложения являются обязательной частью курсового проекта, помещаются после списка использованных источников, предваряются страницей с крупно написанным заголовком «ПРИЛОЖЕНИЯ». Каждое приложение или комплекс схожих приложений нумеруются, номер проставляется в верхнем правом углу страницы, например: «Приложение 2».

Приложения содержат дополнительные материалы, иллюстрирующие разные виды задач и этапов разработки проекта (например, таблицы с

параметрами конкурентного анализа, опросники и т.п.); демонстрирующие этапы работы над проектом (например, варианты логотипов, фото процесса оформления пространства мероприятия и т.п.); фиксирующие достигнутые результаты (например, скриншоты статистики сообщества в социальной сети, отпечатанный тираж полиграфической продукции, фото с мероприятия и т.п.).

В тексте работы необходимо делать соответствующие ссылки на приложения, а сами приложения располагаются в порядке появления ссылок на них. Объем приложений не регламентируется и определяется исключительно логикой работы.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1. Размер шрифта (кегель) -14 пунктов.
2. Междустрочный интервал – полуторный.
3. Абзац - 1,25 см. Размер полей: левое 30 мм, нижнее, верхнее 20 мм, правое 10 мм.
4. Общий объем без приложений 15-30 страниц текста.
5. Объем введения 1-2 страницы текста, объем заключения 1-3 страницы текста.
6. Состав списка использованных источников - минимум 12 источников.
7. Названия структурных элементов (введение, названия пунктов заключение, список использованных источников) пишутся с прописной буквы по центру страницы жирным начертанием. Структурные элементы (введение, первый пункт основной части, заключение, список использованных источников) начинаются с новой страницы.
8. Перечисления оформляются цифрой с точкой (1.) или тире (-). Формируется автоматический список.
9. Ссылка на рисунок или таблицу по тексту работы оформляется так: в Таблице 1 можно увидеть..., На Рисунке 5 представлено...
10. Страницы должны быть пронумерованы, начиная с Содержания (стр. 2).

Номера страниц проставляются по центру нижней части листа.

5. ТРЕБОВАНИЯ К ЗАЩИТЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

На выполненный курсовой проект научный руководитель пишет отзыв (Приложение В). В отзыве отражаются следующие основные вопросы:

- соответствие содержания курсового проекта выбранной теме;
- полнота раскрытия темы;
- степень самостоятельности автора, инициативность, умение индивидуально или в команде решать профессиональные задачи и описывать ход из реализации;
- уровень сформированности компетенций;
- моменты, особо выделяющие курсовой проект;
- недостатки работы (при наличии);
- рекомендации по устранению замечаний (при наличии);
- соответствие оформления курсового проекта предъявляемым требованиям;
- другие вопросы.

Защита курсовых проектов проводится в формате устной презентации в сопровождении визуального ряда (слайд-презентации или видео) длительностью 5-7 минут и ответов на вопросы. Распечатанные варианты промо-продукции, элементов фирменного стиля и т.п. приветствуются, но не являются обязательными.

В случае если проект реализуется командой обучающихся, они презентуют его совместно, с описанием каждой части работы, выполненной каждым участником команды. В этом случае длительность защиты может быть увеличена.

Защита курсовых проектов проводится ведущим преподавателем профессионального модуля в соответствии с расписанием учебных занятий. На защиту могут быть приглашены другие преподаватели профильных дисциплин, представители работодателей.

Курсовой проект должен быть написан, сдан и защищён в сроки, устанавливаемые в индивидуальном задании. Несвоевременное предоставление курсового проекта преподавателю приравнивается к неявке, поэтому студентам, не сдавшим и не защитившим курсовой проект в срок без уважительной причины, в ведомости курсовых проектов ставится «не явился».

Оценка за защиту курсового проекта является интегрированной, включает оценку уровня освоения компетенций, формируемых в ходе выполнения курсового проекта и демонстрации студентом компетенций во время защиты.

Каждый курсовой проект с учетом качества его содержания и защиты оценивается по четырёхбалльной системе.

Оценки по защите курсовых работ определяются баллами «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется в том случае, когда выполнены следующие требования:

- содержание работы полностью раскрывает утвержденную тему;
- задачи, сформулированные автором, решены в полном объёме;
- выполненная работа свидетельствует о знании автором теоретических концепций по рассматриваемой проблематике;
- в работе в полной мере использованы современные нормативные и литературные источники, а также обобщённые данные эмпирического исследования автора;
- теоретические выводы и практические предложения по исследуемой теме вытекают из содержания работы, полученные результаты исследования значимы и достоверны, работа носит практический характер;
- работу отличает чёткая структура, завершённость, логичность изложения, оформление работы соответствует предъявляемым требованиям.

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, когда выполнены следующие требования:

- содержание работы актуально и в целом раскрывает тему;
- выполненная работа свидетельствует о знании автором основных теоретических концепций по рассматриваемой проблематике;
- в работе использован основной круг современных нормативных и литературных источников, а также обобщённые данные практической деятельности объекта исследования;
- теоретические выводы и практические предложения по исследуемой проблеме в целом вытекают из содержания работы, аргументированы, работа носит самостоятельный характер, однако имеются отдельные недостатки в изложении некоторых вопросов, неточности, спорные предложения;
- основные вопросы изложены логично, оформление работы соответствует предъявляемым требованиям.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, когда выполнены следующие требования:

- содержание работы в значительной степени раскрывает утверждённую тему, однако, отдельные вопросы изложены без должного теоретического обоснования, исследование проведено поверхностно;
- выполненная работа свидетельствует о недостаточном знании автором основных теоретических концепций по рассматриваемой проблематике;
- современные нормативные и литературные источники использованы не в полном объёме;
- выводы и предложения по исследуемой проблеме поверхностны, недостаточно обоснованы, не подкреплены расчетами автора, имеются неточности, спорные положения;
- оформление работы в целом соответствует предъявляемым требованиям.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, когда:

- содержание работы не раскрывает утверждённую тему;
- выполненная работа свидетельствует об отсутствии знаний у автора по рассматриваемой проблематике;

- нормативные и литературные источники использованы не в полном объеме;
- выводы и предложения по исследуемой проблеме отсутствуют или не обоснованы;
- оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям.

Работа, которую преподаватель признал неудовлетворительной, возвращается для доработки с учетом высказанных в отзыве рекомендаций по устранению замечаний. После доработки проводится повторная процедура защиты.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Вятский государственный университет»**

Колледж ВятГУ

Рассмотрено
 На заседании ЦК
 гуманитарных дисциплин
 Протокол № _____ от _____ 20_ г.
 Председатель ЦК _____ / _____

УТВЕРЖДАЮ
 Заместитель директора колледжа
 по учебной работе
 _____ / С.Г. Жвакина
 « ____ » _____ 20_ г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
 на выполнение курсового проекта**

По междисциплинарному курсу	МДК.02.01 Планирование и реализация рекламных и коммуникационных кампаний и мероприятий
Специальность	42.02.01. Реклама
Форма обучения	очная
Курс	(цифрой)
Ф.И.О. студента	(ФИО полностью в именительном падеже)
Тема курсовой работы	(в полном соответствии с распоряжением)

СТРУКТУРА КУРСОВОГО ПРОЕКТА

1. Введение
2. Сведения о проекте
3. Исследовательская часть
4. Проектная часть
5. Заключение
6. Список использованных источников
7. Приложения

Руководитель курсового Проекта	_____
Дата выдачи задания	_____ <i>Фамилия, инициалы</i>
Срок выполнения задания	_____ <i>Дата в формате ДД. ММ. ГГГГ</i>
Подпись руководителя	_____ <i>Дата в формате ДД. ММ. ГГГГ</i>
Подпись студента	_____

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»

Колледж ВятГУ

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

По междисциплинарному
курсу

МДК.02.01 Планирование и реализация
рекламных и коммуникационных кампаний и
мероприятий

Тема *(в полном соответствии с распоряжением)*

Студента (ки)

ФИО (полностью в родительном падеже)

Курс

(цифрой)

Форма обучения - очная

Основная профессиональная образовательная программа по специальности
42.02.01. Реклама

Руководитель курсовой работы

(подпись)

(фамилия, инициалы)

Оценка

(прописью, без сокращений)

Киров, 20__

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Вятский государственный университет»

КОЛЛЕДЖ ВятГУ

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ НА КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

Студент _____
(ФИО)

Тема курсового проекта _____

1. Положительные стороны работы (соответствие содержания курсовой работы избранной теме, полнота раскрытия темы, степень самостоятельности автора, уровень сформированности компетенций, вопросы, особо выделяющие курсовую работу)

2. Перечень недостатков работы:

3. Рекомендации по устранению замечаний:

4. Соответствие оформления курсового проекта предъявляемым требованиям:

5. Оценка работы _____
(отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Преподаватель _____
(фамилия, имя, отчество)

« _____ » _____ 20 ____ г.
(дата)

(подпись)

Шаблон курсового проекта

1.	Введение	21
1.1.	Описание проблем или потребностей	21
1.2.	Актуальность проекта.....	21
2.	Сведения о проекте	21
2.1.	Название проекта.....	21
2.2.	Команда и участники проекта.....	21
2.3.	Партнёры и заказчик проекта.....	21
2.4.	География проекта	21
3.	Исследовательская часть	22
3.1.	Изученность темы	22
3.2.	Результаты эмпирических исследований.....	22
4.	Проектная часть	22
4.1.	Цель и задачи проекта.....	23
4.2.	Целевые аудитории	23
4.3.	Описание проекта.....	23
4.4.	Этапы и календарный план реализации проекта.....	23
4.5.	Бюджет проекта	24
4.6.	Риски проекта и действия по их снижению.....	25
4.7.	Дальнейшее развитие проекта.....	26
5.	Заключение	26
6.	Библиографический список	26
7.	Приложения	26

Минимальное количество страниц в прикладном проекте – 15 (Times New Roman, размер шрифта 14 – в связном тексте, 12 – в таблицах; интервал 1 – в таблицах, 1,5 – в связном тексте; выравнивание текста по ширине, заголовков – по центру).

Пункты 1, 2, 3 и т.д., Заключение, Библиографический список, Приложения начинаются с новой страницы. Подпункты 2.1., 2.2. и т.д. не начинаются с новой страницы, достаточно одной пустой строки после окончания текста предыдущего пункта. Подпункты 4.4. и 4.5. желательно начинать с новой страницы, поскольку они имеют табличную форму.

В случае если какие-либо пункты плана не могут быть заполнены авторами курсового проекта по объективным причинам, их отсутствие должно быть аргументировано и согласовано с научным / проектным руководителем.

Серые плашки включены в шаблон проекта для ориентации в структуре работы, самопроверки полноты раскрытия темы, а также для возможности проверки содержания пунктов научным (проектным) руководителем. Не удаляйте эти плашки-подсказки в процессе работы над курсовым проектом! Целесообразно удалять их непосредственно перед защитой, когда текст полностью готов и согласован с научным (проектным) руководителем.

1. Введение

- Описание и анализ ситуации или проблемы: какую проблему будет решать проект? В чем состоит социальная значимость проекта? Опишите выявленную проблему и те способы решения, которые применяются в социокультурном и медийном пространстве (как ее решают другие)

- Если проблемы нет, опишите потребности аудитории, на удовлетворение которых направлен ваш проект

- Актуальность проекта как вывод, следствие из описания проблемы: почему тема проекта важна, актуальна, значима? Почему вы решились за нее взяться?

1.1. Описание проблем или потребностей

1.2. Актуальность проекта

2. Сведения о проекте

2.1. Название проекта – яркое, запоминающееся, лаконичное (отличается от формулировки курсового проекта, которая пишется в научном стиле)

2.2. Команда и участники проекта - те, кто является непосредственным исполнителем проектной идеи на каждом этапе проекта. В команду проекта могут входить как студенты-авторы проекта, так и другие люди независимо от места их учебы или работы, а также наставники (при наличии). Оптимальный состав команды – 3-7 человек. Если проект индивидуальный, обозначается только его автор-инициатор.

Помимо команды (кадровой основы), в проекте могут быть участники, привлекаемые на короткий период или на локальную задачу. Необходимое и достаточное количество участников проекта определяется его спецификой и может варьироваться от 2-х до 20-и и более человек.

Указывается роль каждого члена команды (при наличии команды) и участника (при наличии привлекаемых участников) / или их конкретные функции в проекте.

Первым указывается лидер команды / инициатор проекта.

2.3. Партнёры и заказчик проекта

Партнеры проекта (при наличии) – организации и люди, оказывающие поддержку проекту. Указывается название организации / данные человека и то, какую конкретно поддержку они оказывают.

Заказчик проекта (при наличии) – организация, заинтересованная в получении результатов проекта или оплачивающая его реализацию (в том числе на условиях софинансирования).

В случае если в настоящее время партнеров или заказчика у проекта нет, рекомендуется спрогнозировать, кто может ими стать.

2.4. География проекта – город или регион или несколько регионов, на территории которых реализуется проект.

В случае, когда проект реализуется только или преимущественно в интернете и не имеет территориальных ограничений, необходимо указать географическую «базу» проекта – например, «г. Киров»

2.1. Название проекта

2.2. Команда и участники проекта

2.3. Партнёры и заказчик проекта

2.4. География проекта

3. Исследовательская часть

3.1. Изученность темы: основные понятия или теоретические позиции, позволяющие охарактеризовать выбранную тему, со ссылками на источники.

Какие авторы и в каких источниках описывали выбранную вами тему или взятую проблему?

Какие исследования проводились?

Как тема отражается в СМИ и интернет-пространстве?

Все использованные источники должны быть указаны в библиографическом списке в конце работы. Все ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках с указанием номера источника и страниц (для печатных источников) или с указанием номера источника (для интернет-ресурсов). Второй способ оформления ссылок – оформление подстраничных сносок с полными выходными данными источника.

3.2. Результаты эмпирических исследований - исследования, проведенные непосредственно командой по теме проекта:

- социологические исследования (с обработкой, комментариями),
- SWOT-анализ (с обработкой, комментариями),
- конкурентный анализ,
- мониторинг / контент-анализ средств массовой коммуникации
- анализ реализованных кейсов
- и т.п.

Если процесс и результаты эмпирических исследований содержат графический материал (диаграммы, таблицы) большого объема, целесообразно вынести их в приложения. Если же графический материал принципиально важен для понимания логики проектной работы и должен быть представлен в конкретном месте основного текста – постарайтесь, чтобы он был компактным.

Проверьте себя: во введении вы сформулировали проблему и социальную значимость вашего проекта или сформулировали потребности аудитории, которые проект должен удовлетворить; в исследовательской части вы проанализировали те способы, которые применяются для решения проблемы в социокультурном и медийном пространстве (т.е. как ее решают другие), а также провели собственные исследования для подтверждения важности выбранной темы.

Сделайте вывод: подтверждается ли актуальность и социальная значимость вашего проекта результатами проведенных исследований?

3.1. Изученность темы

3.2. Результаты эмпирических исследований

4. Проектная часть

4.1. Цель и задачи проекта

Цель проекта (одна) должна удовлетворять критериям SMART: быть конкретной, измеримой, достижимой, актуальной, ограниченной по времени. Цель отвечает на вопрос: «зачем этот проект?»

Задачи (три-пять) представляют собой конкретные действия, которые должны привести к достижению цели. Задачи отвечают на вопрос: «с помощью каких конкретных действий и инструментов будет реализован проект?»

4.2. Целевые аудитории – даются конкретные характеристики социальных и профессиональных групп, на которые направлен проект, которые включены в его реализацию или принципиально важны для него.

Возможные целевые аудитории:

- потребители товаров или услуг (если проект коммерческий, имиджевый, государственный); в описании обязательны демо- и социографические характеристики (возраст, пол, территория проживания, социальная или профессиональная принадлежность, уровень дохода, ценности, интересы и т.д. – то, что имеет значение для проекта;
- благополучатели (если проект социальный), в описании обязательны демо- и социографические характеристики;
- конкуренты;
- партнеры, подрядчики;

- органы государственного регулирования и контроля;
- общественные организации;
- СМИ, СМК

4.3. Описание проекта - в свободной форме подробно рассказывается о ходе реализации проекта, его идее, деятельности команды, разрабатываемых продуктах, мероприятиях, коммуникационных программах, внедряемых решениях

4.1. Цель и задачи проекта

4.2. Целевые аудитории

4.3. Описание проекта

4.4. Этапы и календарный план реализации проекта

Описывается последовательность действий по решению основных задач проекта, составляется календарный план основных мероприятий с указанием исполнителей, сроков и ожидаемых результатов. Данные вносятся в таблицу. На каждом этапе должно быть прописано не менее 2-х действий/мероприятий.

Ориентироваться можно на следующие направления деятельности: организационно-управленческая деятельность (разработка и реализация календарного плана проекта, административно-хозяйственная деятельность, подготовка отчетной документации, оценка эффективности и др.); рекламно-информационная деятельность (продвижение проекта); художественно-творческая деятельность (разработка сценария, подготовка макетов и др.).

Рекомендуемый период деятельности в рамках одного курсового семестра – текущий семестр.

Если на момент защиты проект завершен, обозначаются полученные результаты.

Если согласно срокам реализации проекта дата защиты курсового является промежуточным срезом, а проект будет продолжаться, рекомендуется указать полученные результаты на момент среза и спрогнозировать ожидаемые результаты на момент окончания проекта.

Результаты (в т.ч. ожидаемые) рекомендуется прописывать как свершившиеся факты, не используя будущее время (улучшен, возрос, получен, побывали и т.п.)

Для проверки критерия измеримости рекомендуется отвечать на следующие вопросы:

- при достижении каких показателей вы можете считать, что проект реализован успешно?
- по каким критериям вы оцениваете эффективность проекта?
- какой количественный и/или качественный индикатор оценки соответствует каждому конкретному результату?

Пример количественного показателя (результата): 100 человек приняли участие в мероприятии; метод измерения – регистрация/ подсчет количества участников мероприятия.

Количественные показатели – то, что поддается подсчету (число зрителей, подписчиков, публикаций, мероприятий, просмотров и т.д.)

Качественные показатели – произошедшие или ожидаемые изменения в мнении, поведении, ценностях целевых аудиторий, изменения в городе, регионе, отрасли

Пример качественного показателя (результата): улучшилось отношение целевых аудиторий к организации / сформирован положительный имидж организации); метод измерения – фокус-группа, контент-анализ отзывов/комментариев на сайте (страничке), экспертный опрос

№	Наименование и описание действий/мероприятий	Сроки начала и окончания (месяц, год)	Полученные или ожидаемые результаты (количественные и качественные) и методы их измерений
Этап анализа и мониторинга			

№	Наименование и описание действий/мероприятий	Сроки начала и окончания (месяц, год)	Полученные или ожидаемые результаты (количественные и качественные) и методы их измерений
1.			
2.			
3.			
Этап планирования и разработки			
1.			
2.			
3.			
Этап реализации и коммуникации			
1.			
2.			
3.			
Этап оценки эффективности			
1.			
2.			
3.			

4.5. Бюджет проекта

<p>Определяются и описываются основные статьи расходов на реализацию проекта (оборудование, расходные материалы, канцелярские товары, транспортные расходы, заработная плата, и др.). Результаты обобщаются в виде таблицы.</p> <p>Если какие-то строки остаются незаполненными, удалять строки из таблицы не нужно.</p> <p>В тех строках, которые вы заполняете, столбцы «Наименование единицы», «Цена за единицу», «Количество единиц» заполняются обязательно.</p> <p>Если на реализацию проекта получены финансовые средства из каких-либо источников, то сумма вписывается в столбец «Привлеченные средства».</p> <p>Если реализация проекта полностью или частично осуществляется за счет собственных средств (например, использование своей аппаратуры, своих услуг), сумма вписывается в столбец «Софинансирование».</p> <p>Расчет позиций софинансирования рекомендуются производить по методу денежного эквивалента: сколько бы стоила купленная или взятая в аренду аппаратура, если бы мы не использовали собственную? Сколько бы стоил час работы и сколько часов работы потребовалось бы, если бы мы привлекали нанятого специалиста?</p> <p>Столбец «Итого» является суммой привлеченных средств и средств софинансирования по каждой позиции.</p> <p>Количество строк по каждой позиции может быть любым – в зависимости от специфики проекта. Каждая строка конкретизирует расходы внутри позиции.</p> <p>В случае привлечения к проекту финансовых средств после таблицы необходимо указать источники финансирования: грант, инвестиция, продажа (например, билетов), донаты и т.д.</p>

№ п/п	Наименование статьи	Наименование единицы (шт/чел/час/мес/и т.п.)	Цена за единицу, руб.	Количество единиц	Привлеченные средства - сумма, руб.	Софинансирование - сумма, руб.	Итого, руб.
1.	Оплата труда						
1.1.	Выплаты физическим лицам и самозанятым, включая НДФЛ и страховые взносы						
2.	Командировочные расходы						

№ п/п	Наименование статьи	Наименование единицы (шт/чел/час/мес/и т.п.)	Цена за единицу, руб.	Количество единиц	Привлеченные средства - сумма, руб.	Софинансирование - сумма, руб.	Итого, руб.
	(аренда автотранспорта, покупка авиа- и ж/д билетов, оплата гостинцы, суточные и т.п.)						
2.1.	Аренда автотранспорта						
...							
3.	Офисные расходы (аренда нежилого помещения, коммунальные услуги, услуги связи, услуги банков, электронный документооборот, почтовые услуги, канцтовары и расходные материалы и т.п.)						
3.1.	...						
4.	Приобретение, аренда компьютерного или специализированного оборудования, программного обеспечения, инвентаря и сопутствующие расходы						
4.1.	...						
5.	Разработка и поддержка сайтов, информационных систем, инструментов продвижения в интернете (в т.ч. создание и наполнение сообществ и аккаунтов в соцсетях, SMM)						
5.1.	...						
6.	Расходы на реализацию проекта и проведение мероприятий (договоры с юридическими лицами): услуги по дизайну, полиграфии, организации питания, фото-, видеосъемке, звукозаписи и т.д.						
6.1.	...						
7.	Прочие расходы, не вошедшие в предыдущие позиции						
7.1.	...						
ИТОГО							

4.6. Риски проекта и действия по их снижению

Риски проекта – это те события или явления, которые могут помешать реализации проекта на любом его этапе, так как происходят независимо от вашего желания, либо носят стихийный характер. Понимание вероятных рисков, их своевременное выявление и объективная оценка необходимы в любом проекте, как необходимы и превентивные меры по их снижению.

Рекомендуется объединять риски по направлениям, например: организационные риски, технические риски, финансовые/материальные риски, кадровые риски и т.д.
Не рекомендуется включать в перечень рисков субъективные показатели, относящиеся к команде проекта (например: у команды не хватит компетенций на реализацию проекта и т.п.)

4.7. Дальнейшее развитие проекта

Какие новые направления деятельности возможны после окончания проекта или его этапа, вынесенного в содержание конкретного курсового проекта?
В чем будет проявляться развитие, масштабирование, коммерциализация проекта?

5. Заключение

Краткое резюме, выводы по проекту объемом 1-3 страницы.
Приводится оценка автором или командой проекта уровня осуществления сформулированных цели и задач и в целом проекта.
В Заключении не должно содержаться графических объектов, цитат и ссылок, новой информации.

6. Список использованных источников

Приводится список источников, используемых (цитируемых) в работе. Список оформляется в соответствии с современными требованиями ГОСТа Р 7.0.5–2008 (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления) либо по алфавиту, либо по порядку указания/цитирования в курсовом проекте.

Ниже приведён образец оформления печатных и интернет-источников (**при распечатке данные источники нужно убрать и заменить на свой список!**)

В библиографический список вносят только те источники, которые действительно использовались в тексте работы (использование подтверждается ссылками из текста). Минимальное количество источников, включая ссылки на медиапродукты, созданные в процессе реализации проекта – 7.

1. Поляков Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. – М. : Юрайт, 2019. – URL: <https://biblio-online.ru/book/upravlenie-innovacionnymi-proektami-433159>.
2. Андросов Н. Интернет-маркетинг на 100% / Н. Андросов, И. Ворошилов, Д. Долгов. – СПб. : Питер, 2018. – 245 с.

7. Приложения

В Приложениях могут приводиться документы, которые использовались или были разработаны автором; текущие и перспективные планы работы, программы, опросные листы, протоколы наблюдений, уставы и паспорта объединений и т.п., диаграммы, схемы, графики, фотографии, таблицы показателей, формы или ксерокопии документов, иллюстрации и др.

Если иллюстративный материал цветной, то эти страницы распечатываются в цвете. В тексте используются ссылки на Приложения. При ссылках на Приложения используется формулировка: (Приложение 1).

Если в проекте есть однотипные графические иллюстрации, можно их объединить в одно приложение, обозначив как пронумерованные рисунки: «Рисунок 1», «Рисунок 2» и т.д.

В качестве приложений или рисунков внутри приложений, в качестве ссылок на видео или объемные иллюстративные материалы рекомендуется использовать QR-коды.

Каждое Приложение начинают с новой страницы с указанием справа вверху страницы слова «Приложение» и его порядкового номера