



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»  
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Пер. № 185-19/02

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ  
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИЙ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):

Связи с общественностью и реклама в различных сферах

Новосибирск 2019

Методические указания по выполнению курсовой работы разработаны  
Титовой Натальей Александровной – канд. экон. наук, доцентом кафедры маркетинга,  
рекламы и связей с общественностью

Методические указания по выполнению курсовой работы прошли экспертизу УМУ

Утверждено на заседании кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
(протокол от «14» марта 2019 г. № 9).

Заведующий кафедрой  
маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
канд. социол. наук  
доцент

Л.Ю. Шадрина

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	7
РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	9
Приложения	10

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» предусмотрено учебным планом, занимает одно из основных мест при изучении предмета и является одной из ступеней написания в дальнейшем дипломной работы.

Целью написания курсовой работы является обучение основным знаниям и навыкам подготовки, разработки, планирования, реализации и оценки кампаний в области рекламы и СО в коммерческой и некоммерческой сферах, а также компетенций, обеспечивающих его готовность применять полученные знания, умения в изучении социальных проблем рекламы и связей с общественностью.

Задачами написания курсовой работы являются:

- изучение литературных источников;
- углубление и закрепление теоретических знаний по выбранной теме изучаемой дисциплины;
- приобретение навыков самостоятельной работы с теоретической литературой, методическими и статистическими материалами;
- овладение умением обобщать и анализировать отечественный и зарубежный опыт по изучаемой проблеме;
- применение на практике знаний по организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью;
- дать представление о процессе стратегического и тактического планирования; научить ставить цели и задачи, собирать и анализировать информацию; выбирать аудитории и средства коммуникации; планировать коммуникации и реализовывать их выполнение;
- развитие у студентов навыков практического использования различных методов по организации и проведению кампаний в рекламе и связях с общественностью;
- познакомить с методами сбора и анализа информации для планирования, реализации и оценки эффективности рекламной и СО- кампании;
- овладение умением разработки предложений по результатам анализа и решения поставленной проблемы по организации и проведению кампаний в рекламе и связях с общественностью.

Курсовая работа должна отвечать следующим требованиям:

- представлять собой законченное научное исследование;
- содержать информационный материал в виде таблиц, рисунков, графиков, диаграмм с их анализом по результатам исследования;
- иметь выводы и конкретные предложения по изучаемой проблеме;
- быть оформленными в соответствии с требованиями, предъявляемыми к подобным работам, четко сформулированными, последовательно, логично и грамотно изложенными.

## РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов:

1. Выбор темы работы и согласование ее с научным руководителем;
2. Подбор литературных источников;
3. Изучение требований к оформлению текста курсовой работы;
4. Изучение и анализ подобранной литературы;
5. Написание курсовой работы;
6. Защита курсовой работы.

Результатом научного руководства на 1 этапе является закрепление за студентом темы работы. Начальным этапом выполнения курсовой работы является выбор темы. Студент определяет тему курсовой работы в соответствии с перечнем тем, содержащихся в рабочей программе дисциплины, по которой пишется курсовая работа, а также руководствуясь

своими научными интересами и склонностями, в рамках предложенного круга тем. Для правильного выбора темы студент консультируется с научным руководителем, который и поможет определить тему, поставить цели и задачи курсовой работы, даст советы по методике выполнения курсовой работы. Студент вправе предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее исследования.

Результатом научного руководства на 2 этапе является утверждение плана работы. В дальнейшем этот план может дополняться, уточняться и детализироваться. План должен быть тщательно продуман и обоснован. При составлении плана главная задача студента - выявление логической последовательности в выделяемых вопросах плана. При этом необходимо учитывать, что вами должны быть рассмотрены теоретические и практические аспекты исследуемой темы. Поэтому работа, как правило, состоит из нескольких разделов. Составленный проект плана курсовой работы должен быть согласован с научным руководителем и одобрен им, после чего можно приступать к непосредственному написанию текста курсовой работы

Обязательным предварительным этапом выполнения курсовой работы является самостоятельный подбор литературы, освещающей как общетеоретические, так и аналитические аспекты проблемы. На этом этапе студент должен показать степень владения технологией работы с литературой, уровень усвоения изученного материала, наличие собственного мнения в оценке полученной информации.

Прежде чем приступить к поиску необходимой литературы по избранной теме, студент должен ознакомиться с ней по учебной литературе и проанализировать, каким уже изученным или планируемым к изучению темам наиболее близка тема выбранной работы. Можно рекомендовать выбирать темы из тех разделов курса, которые уже изучены, так как полученные знания помогут студенту лучше представить содержание и основные вопросы избранной темы и, естественно, успешнее выполнить работу.

При подборе литературы следует учитывать, что в работе должны быть рассмотрены как теоретические, так и прикладные аспекты исследуемой темы. Поэтому начинать поиск необходимой литературы следует с ознакомления с перечнем источников, рекомендуемых научным руководителем в качестве базовых, имеющихся в рабочих программах по дисциплине, а также в планах семинарских занятий по соответствующим темам.

Изучение литературных источников (книг, журналов и др.) следует начинать с работ, опубликованных в последние годы и наиболее полно раскрывающих вопросы темы исследования, а затем уже переходить к прошлогодним публикациям, затем - двухгодичной давности и т.д. При этом очень важно обращать внимание на публикации, в которых рассматриваются дискуссионные вопросы, относящиеся к теме работы.

При написании курсовой работы следует использовать как теоретические статьи и монографии, так и фактические материалы. При использовании фактического материала необходимо соблюдать следующие требования:

- данные приводятся в абсолютных или относительных измерителях;
- при сравнении данные должны быть сопоставимы;
- для выявления какой-либо тенденции используется информация нескольких месяцев или лет;
- для наглядности цифровые данные сводятся в таблицу, могут быть отражены на графиках, в диаграммах и т.д.;
- все фактические данные, используемые в работе, должны иметь ссылку на источник с указанием страницы источника;
- не следует перегружать курсовую работу цифровым материалом, необходимо стремиться к тому, чтобы текст был иллюстрирован лаконичными, убедительными и наглядными материалами.

Требования к представлению содержания текста курсовых работ.

Текст курсовой работы должен соответствовать нормам русского литературного языка. При этом следует придерживаться научного стиля, безличных выражений, избегать

употребления просторечных слов.

В тексте работы не должно быть никаких сокращений, кроме общепринятых (и т.п., и др., см., с.). Если в текст вводится аббревиатура, то после первого упоминания она обязательно должна быть расшифрована. Не рекомендуется использовать аббревиатуры в названиях глав и заголовках.

В тексте курсовой работы могут использоваться следующие виды ссылок:

– ссылки на структурные элементы и фрагменты работы (рисунки, таблицы, формулы, приложения и т. п.);

– библиографические ссылки на источники (документы, литературу).

При ссылках на структурные элементы, иллюстрации и фрагменты текста курсовой работы необходимо указывать их названия и порядковые номера. Если в тексте приводится только одна иллюстрация, таблица, рисунок, то в ссылке номер не указывается. По месту расположения различают библиографические ссылки: внутритекстовые, помещенные в тексте и заключенные в квадратные скобки; подстрочные, вынесенные из текста вниз полосы (в сноску); затекстовые, вынесенные за текст или его части (в выноску).

При оформлении работы рекомендуется использовать затекстовые ссылки. Ссылки могут быть на издание в целом, на определенный фрагмент текста, на ряд источников. Ссылки на издание в целом приводятся в виде порядкового номера этого издания в списке литературы, который указывается в квадратных скобках без точки, например: [5].

Ссылки на определенный фрагмент текста отличаются от предыдущих обязательным указанием страниц цитируемого документа. Их следует приводить в скобках в виде порядкового номера документа списка литературы с отделенным от него запятой порядковым номером страницы: [13, с. 201—202]. Ссылки одновременно на несколько источников объединяют в одну комплексную библиографическую ссылку: «Ряд авторов [12, 23, 43]...».

Иллюстрации в курсовой работе использовать целесообразно, если они дополняют или наглядно отображают информацию, содержащуюся в тексте. Иллюстрации располагают сразу после фрагмента текста, в котором они упоминаются впервые. Ссылки на иллюстрации в тексте обязательны, они должны связывать иллюстрацию с текстом, при этом должно присутствовать указание на номер (их пишут сокращенно, например: рис. 3). Размещение в тексте иллюстрации не освобождает автора от обязанности пояснить ее содержание.

Таблицы представляют собой форму организации материала, позволяющую систематизировать текст, обеспечить наглядность представленной информации. Каждая таблица должна иметь заголовок — название, точно и кратко отражающее ее содержание. Название таблицы помещают над ней. Как правило, в названии таблицы указывается, в каких единицах приводятся результаты — в процентах, баллах, стенах и т. д.

В вузе принят стандарт оформления письменных работ, в котором указаны требования к оформлению курсовых работ. При невыполнении требований работа возвращается на доработку.

Сроки выполнения курсовых работ должны быть согласованы с научным руководителем, и соответствовать срокам, установленным на кафедре.

После получения курсовой работы, научный руководитель проверяет ее (в течение 20 дней) и пишет рецензию. Она должна быть объективной, полной и достаточно аргументированной. В рецензии в обязательном порядке указывается полнота раскрытия темы, правильность написания и оформления работы, наличие ссылок на используемые источники, наличие выводов по качеству проведенного исследования, включая конкретные предложения по решению проблемы научного исследования. В заключение должна быть дана общая оценка научного руководителя (отлично, хорошо, удовлетворительно, не удовлетворительно).

Защита курсовой работы включает в себя подготовку к защите и непосредственно защиту. Особое внимание при защите уделяется выводам и предложениям, сделанным студентом на основе аналитического исследования. По результатам защиты и с учетом

качества выполненной работы студент получает оценку по курсовой работе.

Курсовая работа оформляется в соответствии с Порядком оформления письменных работ обучающихся.

### РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна соответствовать следующей структуре:

- титульный лист;
- заявление о самостоятельном характере выполненной работы;
- задание на курсовую работу;
- содержание;
- введение;
- основная часть, состоящая из разделов (глав) и подразделов (параграфов);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

Во введении необходимо обосновать актуальность темы исследования, ее теоретическую и практическую значимость в современных условиях. Кроме этого, должна быть сформулирована цель и основные задачи выполнения работы, указаны объект и предмет исследования, какие методы были использованы для проведения исследования. Введение обычно содержит 2 – 3 страницы.

Основная часть курсовой работы содержит три главы. Первая глава отражает результаты исследования теоретических вопросов. В ней следует излагать теоретические вопросы темы: сущность проблемы, давать основные понятия, виды, принципы, функции. В данной главе студент должен изложить взгляды ученых по исследуемой проблеме, разобраться в их различиях, попытаться сформулировать свои теоретические позиции или же присоединиться к какой-либо точке зрения. Кафедра придает изложению данных моментов особое значение, так как изучением теоретических вопросов закладывается фундамент знаний в данной области, определяются основные теоретические понятия, которые студент будет использовать в дальнейшем при написании работы. При раскрытии теоретических вопросов необходимо делать ссылки на используемую литературу. Для наглядности представленного в работе материала можно использовать структурно-логические схемы, иллюстрирующие общее и отличительное в подходах авторов, показывающие историю развития вопроса. В конце каждого подраздела желательно сформулировать краткие выводы и указать, что предполагается сделать в следующем подразделе или разделе для дальнейшего развития темы, т.е. увязать содержание структурных составляющих работы в единое целое. Приведенная структура имеет рекомендательный характер. Студенты с научным руководителем могут определить другую структуру работы. Например, в связи с необходимостью освящения генезиса развития процессов и явлений, рассмотрением зарубежного опыта.

Вторая глава имеет практический и аналитический характер. В ней студент приводит анализ результатов собственного исследования по теме, используя следующую последовательность:

- краткая характеристика деятельности предприятия (за основу берется модель «4Р»)
- ситуационный анализ конкурентных позиций предприятия (описание тенденций развития рынка, анализ деятельности основных конкурентов, определение портрета потребителя)
- коммуникационный аудит реализуемой предприятием рекламной политики и мероприятий в СО (репутационная проверка, медиа-проверка, анализ процесса коммуникации).

Глава должна заканчиваться четкой формулировкой проблемы, состоящей из одного предложения. Объем проблематики не должен превышать пяти страниц. Итогом этого

раздела является вывод о целесообразности последующего проектирования и реализации проекта кампании. Только после того, как признано наличие реальной проблемы, можно приступить к следующему этапу проектирования.

Для написания третьей главы студент должен суметь обобщить и теоретический и аналитический материал, проявить творческую самостоятельность и способность к творческому поиску.

Третья глава связана с разработкой кампании в рекламе или связях с общественностью с использованием следующей последовательности:

- стратегия (идея-концепция) проекта. Это сформулированная в нескольких предложениях центральная идея по решению проблемы. Для выработки идеи в теории и практике существует достаточно большое количество методов, но в большей степени это остается творческим процессом, зависящим от креативности и таланта разработчиков кампании;

- цель PR или рекламной кампании. Она, как правило, формулируется в одном предложении и дает ответ на вопрос, что будет получено, если кампания будет реализована. Цель формулируется на основании проблемы и идеи-концепции, являясь их логическим продолжением. Правильно сформулированная цель должна соответствовать некоторым критериям, известным, например, как методика SMART;

- целевая аудитория проекта. Исследование целевых аудиторий – это изучение социальных субъектов (социальных групп, организаций, социальных институтов, массовых аудиторий), на которых согласно рекомендуется направить PR или рекламную кампанию;

- технологии реализации. Это описание и анализ рекомендуемых технологий, приемов и средств PR и рекламы. Основными элементами данного раздела являются выбор ключевой идеи сообщения и определение средства ее передачи целевым аудиториям – каналов, инструментов, форм и приемов воздействия. Этот раздел является по объему самым большим по объему в структуре курсовой работы и наиболее креативным по содержанию;

- план-график PR или рекламной кампании. План-график представляет собой раздел, в котором все технологии и действия четко распределены во времени;

- бюджет PR или рекламной кампании. Это четкое и максимально развернутое перечисление направлений расходование финансовых ресурсов кампании, а также конечная стоимость ее реализации;

- оценка эффективности PR или рекламной кампании. Раздел является логически последним, подводящим итог всему процессу написания курсовой работы. Он включает следующие подразделы: 1) ожидаемые результаты PR или рекламной кампании (коммуникационные продукты, консультационные услуги, разработанную символику и т. д.) и 2) оценка эффективности PR или рекламной кампании (изменения в сознании и поведении целевых групп, например, увеличение информированности и осведомленности, возрастание лояльности представителей целевой аудитории, улучшение имиджа заказчика и др.); 3) методы, с помощью которых будут измерять результаты и показатели эффективности коммуникационного воздействия.

Заключение является обобщением выполненной работы. Обычно заключение пишется по поставленным задачам в курсовой работе. Оно должно содержать основные теоретические выводы, сделанные в 1 главе, недостатки и проблемы, выявленные в результате проведенного анализа во 2 главе, а также пути их устранения и направления совершенствования, отраженные в 3 главе. В заключении должны быть отражены только те положения, которые рассмотрены в курсовой работе. Объем заключения составляет 2-3 страницы.

Библиографический список должен включать источники следующих видов:

- научная литература российских и зарубежных авторов;
- учебная литература;
- новейшие научные публикации в периодических изданиях.



Общее количество источников должно быть не менее 20.

Количество приложений определяется автором курсовой работы. Приложения могут быть выполнены в форме таблиц, схем, рисунков, диаграмм и графиков. Приложения располагаются после библиографического списка литературы и нумеруются в порядке появления ссылок в тексте. Каждое приложение должно располагаться на отдельном листе и иметь заголовок, напечатанный прописными буквами. Если приложений более одного, их следует нумеровать по порядку букв.

Особое внимание должно обращаться на стиль изложения, его последовательность, логичность, грамотность. При описании фактов, явлений, процессов изложение текста обычно ведется от третьего лица, с использованием безличных, неопределенно – личных предложений без обозначения субъекта действия. Это позволяет сконцентрировать внимание на содержании курсовой работы и ее логической последовательности.

#### РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Распечатанную в формате А4, полностью оформленную курсовую работу, вложенную в папку-скоросшиватель, студент должен представить на кафедру на проверку. После проверки на титульном листе руководителем ставится отметка о допуске к защите либо о рекомендации к доработке при наличии замечаний. Студент допускается к защите курсовой работы после проверки ее научным руководителем, при условии предварительной положительной оценки.

На защите студент делает краткое сообщение по результатам проведенной работы (7–10 мин.).

План выступления студента на защите курсовой работы. В своем выступлении студент должен изложить: актуальность и обоснование выбранной темы, объект и предмет исследования, гипотезу исследования, цель и задачи исследования, базу исследования курсовой работы, методы исследования, полученные результаты, подтверждая и демонстрируя их наглядно, общее заключение по курсовой работе.

Курсовая работа оценивается по балльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно).

«Отлично» (81–100 баллов) выставляется за курсовую работу, которая основана на исследовательском материале, имеет практико-ориентированный характер, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями. При защите курсовой работы студент владеет современными методами проектной работы в сфере коммуникаций.

«Хорошо» (61–80 баллов) выставляется за курсовую работу, которая имеет практико-ориентированный характер, последовательное изложение материала с соответствующими выводами, однако с некоторыми нарушениями логики при обосновании предложений. При ее защите курсовой работы студент показывает знания вопросов темы, знает современную профессиональную практику и применяет ее при изложении материала и решении практических задач.

«Удовлетворительно» (41–60 баллов) выставляется за курсовую работу, которая имеет практико-ориентированный характер, базируется на практическом материале, но анализ не глубокий, в проекте нарушается логичность изложения материала, представлены необоснованные предложения. При ее защите студент проявляет неуверенность, не дает полного ответа на заданные вопросы.

«Неудовлетворительно» (40 баллов и менее) выставляется за курсовую работу, которая не носит практико-ориентированного либо исследовательского характера, не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях кафедры. В проекте нет выводов либо они носят декларативный характер. При защите работы студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы, при ответе допускает существенные ошибки.

Тематика курсовых работ по дисциплине «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью»

1. Разработка общей концепции рекламной и PR-кампании для коммерческого сектора (по выбору студента).
2. Разработка общей концепции рекламной и PR-кампании для общественной организации (по выбору студента).
3. Разработка общей концепции рекламной и PR-кампании для государственного учреждения (по выбору студента).
4. Особенности организации и планирования рекламной / PR-кампании в сфере гостиничного бизнеса.
5. Особенности организации и планирования рекламной / PR-кампании в сфере ресторанного бизнеса.
6. Особенности организации и планирования рекламной / PR-кампании в сфере туризма.
7. Особенности организации и планирования PR-кампании в интернете
8. Особенности организации и планирования PR-кампании для бюджетного предприятия
9. Особенности организации и планирования PR-кампании для госструктуры
10. Особенности организации и планирования PR-кампании для коммерческого предприятия
11. Особенности организации и планирования PR-кампании в социальной сфере
12. Особенности организации и планирования кампании по связям с общественностью в сфере шоу-бизнеса
13. Особенности организации и планирования кампаний по связям с общественностью в сфере телекоммуникаций



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра [наименование кафедры]

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

[Наименование темы]

Дисциплина: [Наименование дисциплины]

Ф.И.О студента: [Фамилия Имя Отчество]

Направление:

Направленность (профиль):

Номер группы:

Номер зачетной книжки:

Проверил: [Фамилия Имя Отчество, ученая степень, должность]

Новосибирск [год]



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра [наименование кафедры]

**ЗАДАНИЕ**  
**на курсовую работу**

Тема: [Введите тему работы]  
 ФИО студента: [Фамилия Имя Отчество]  
 Группа: [номер группы]

Перечень подлежащих разработке вопросов и календарный график

№ п/п	Наименование вопросов, подлежащих разработке (этапы работы)	Срок выполнения

Дата выдачи задания «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Срок сдачи работы «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Руководитель \_\_\_\_\_ [И.О. Фамилия]  
подпись

Задание получил студент \_\_\_\_\_ [И.О. Фамилия]  
подпись



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»  
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра [наименование кафедры]

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

**о самостоятельном характере выполненной работы**

Я, [Фамилия Имя Отчество], студент(ка) группы [номер группы], направления подготовки [код и наименование направления] направленности (профиля) [наименование направленности (профиля)], заявляю, что в моей курсовой работе, выполненной на тему «[Введите тему работы]» не содержится элементов плагиата.

Все заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее письменных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. \_\_\_\_\_ [И.О. Фамилия]  
подпись

Результаты проверки в системе «Антиплагиат»

Доля авторского текста (оригинальности) в результате автоматизированной проверки составила [введите процент оригинальности] %.

Руководитель курсовой работы [ученая степень, должность, Фамилия Имя Отчество]

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. \_\_\_\_\_  
подпись



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»  
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра [наименование кафедры]

**РЕЦЕНЗИЯ  
на курсовую работу**

Тема: [Введите тему работы]

ФИО студента: [Фамилия Имя Отчество]

Группа: [номер группы]

№ п/п	Критерии оценки	Оценочные баллы	Баллы по результатам работы
1	Глубина исследования (ситуационный анализ, коммуникационный аудит, исследование ЦА)	20	
2	Стратегическое планирование кампании: проблема-цель-задачи, их соответствие друг другу	20	
3	Грамотный выбор целевых аудиторий (обоснование, использование в ходе разработки кампании и показателях эффективности)	10	
4	Тактическое планирование: информативность сообщений, оригинальные каналы коммуникации, разнообразие коммуникационных инструментов, обоснованность их выбора, соответствие целевым группам	20	
5	Продуманный медиаплан поддержки кампании в СМИ	10	
6	Обоснованность бюджета PR или рекламной кампании	10	
7	Визуально-графическое представление идеи, аудиторий, мероприятий проекта (рисунки, графики, образы)	10	
Итого		100	

Шкала итоговой оценки:

Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
0-40	41-60	61-80	81-100

Оценочное заключение: \_\_\_\_\_  
неудовлетворительно/удовлетворительно/хорошо/отлично