



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. № 152-17/02

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

МЕТОДИКА И ТЕХНИКА ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В РЕКЛАМЕ И
СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в организации

Новосибирск 2017

Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) разработаны
Воловской Ниной Михайловной – д-ром социол. наук, проф., проф. кафедры маркетинга,
рекламы и связей с общественностью

Методические указания по выполнению курсовой работы прошли экспертизу УМУ

Утверждены на заседании кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью
(протокол от «30» августа 2017 г. № 1).

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	11

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Методика и техника проведения исследований в рекламе и связях с общественностью» предусмотрено учебным планом, занимает одно из основных мест при изучении предмета дисциплины и является одной из ступеней написания в дальнейшем дипломной работы. Курсовую работу по дисциплине «Методика и техника проведения исследований в рекламе и связях с общественностью» выполняют студенты, обучающиеся по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью на очной и заочной формах обучения.

Целью написания курсовой работы является определение теоретической и практической подготовки студента, его готовности к самостоятельной научно – исследовательской и практической деятельности. Выполнение курсовой работы дает представление об определенных проблемах в области методологии и методики проведения исследований в рекламе и связях с общественностью и содержит попытку поиска решения поставленных проблем.

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 составлению рабочей программы исследований в рекламе и связях с общественностью и ее основных разделов;
- развитие у студентов навыков практического использования различных методов сбора информации в области рекламы и связей с общественностью и составления инструментария исследования;
- привитие навыков анализа и оценки результатов обработки, изложения результатов анализа;
- овладение умением разработки предложений по результатам исследований в рекламе и связях с общественностью и решения поставленной проблемы.

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 рекламного 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

Этапы выполнения курсовой работы

Выполнение курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов:

1. Выбор темы работы и согласование ее с научным руководителем и разработка плана курсовой работы;
2. Написание теоретической главы курсовой работы
 - Подбор литературных источников;
 - Изучение и анализ подобранной литературы и написание 1 главы;
3. Написание аналитической главы курсовой работы
 - Подготовка к проведению исследования,

- Непосредственное проведение исследования
- Обработка, анализ результатов исследования и написание 2 главы.
- 4. Написание рекомендательной главы
 - Выявление проблем по теме
 - Разработка рекомендаций по решению проблем и написание 3 главы
- 5. Сдача на проверку и защита курсовой работы.

Все перечисленные этапы не равнозначны по сложности и количеству затрачиваемого времени.

– **Определение целей, которые должны быть достигнуты студентом на каждом этапе**

Выполнение курсовой работы позволяет достичь следующих целей:

- способствовать закреплению теоретического материала;
- проверка теоретических знаний студентов по дисциплине, умения применять их при изложении текста курсовой работы;
- проверка знаний по составлению рабочей программы исследований;
- способствовать закреплению навыков практического использования различных методов сбора информации;
- проверка навыков анализа фактического материала;
- проверка овладением умения выявлять проблемы и разработки предложений по результатам исследований.

– **Характеристика этапов выполнения курсовой работы и рекомендации по ее написанию**

1 этап. Выбор темы курсовой работы и согласование ее с научным руководителем и разработка плана курсовой работы.

Тема курсовой работы имеет большое значение для студента, должна отвечать его интересам и интересам преподавателя, осуществляющего научное руководство, и согласована с ним. Определение темы целесообразно основывать исходя из ее актуальности, имеющегося опыта практической деятельности, полученных знаний при изучении курса. Выбор темы курсовой работы студент осуществляет самостоятельно исходя из утвержденного кафедрой маркетинга, рекламы и связей с общественностью перечня тем (см. прилож. А). Каждый студент выбирает отдельную тему. Срок выбора темы: 2 первые недели семестра. Следует отметить, что в литературе по данной дисциплине отдельные темы находят широкое распространение и по ним имеется богатый теоретический, практический и статистический материал, другие же - менее разработаны. Поэтому, студенту, выбравшему определенную тему исследования, следует посоветоваться с преподавателем (руководителем курсовой работы), чтобы получить представление о том, какие трудности ожидают его при работе над данной темой. В отдельных случаях студент может предложить свою тему исследования, которая соответствует его научным интересам или которая определенным образом будет связана с его будущей специализацией. В этом случае студент должен согласовать тему с преподавателем и получить у него разрешение.

При этом следует обратить внимание на разработку плана работы, который служит основой при выполнении курсовой работы и согласовать его с научным руководителем. В дальнейшем этот план может дополняться, уточняться и детализироваться. План должен быть тщательно продуман и обоснован. Студент должен изучить утвержденную в вузе структуру курсовой работы, которая состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографического списка и приложений. Каждый раздел обычно имеет не менее двух-трех параграфов. Все разделы и параграфы должны быть логически взаимосвязаны и должны последовательно раскрывать основное содержание темы курсовой работы.

2 этап. Написание теоретической главы курсовой работы

Данный этап начинается с подбора необходимой литературы. К подбору литературы следует относиться серьезно, так как это - залог хорошей курсовой работы. В первую очередь необходимо познакомиться с источниками, указанными в списке основной литературы в рабочей программе дисциплины, независимо от выбранной темы курсовой работы. Затем можно перейти к чтению дополнительной литературы. При этом следует изучать различные виды изданий, имеющих отношение к теме курсовой работы: информационные, библиографические, реферативные, обзорные издания, экспресс-информацию и др. В дальнейшем рекомендуется общее ознакомление с литературным источником по его оглавлению, беглый просмотр всего содержания, выборочное чтение параграфов и глав, соответствующих по их названию изучаемому вопросу и осуществление выписки или ксерокопирования материалов, представляющих интерес для студента. Особое внимание обратите на различные точки зрения авторов, исследующих одну проблему; попытайтесь обозначить сформировавшиеся подходы в оценке того или иного явления и критически их осмыслить. На данном этапе необходимо внимательно следить за оформлением выписок или ксерокопий: указывать название источника, его автора и страницу, так как если вы будете в дальнейшем использовать цитирование текста, то сможете легко пользоваться собранным материалом.

Непосредственная работа с литературными источниками включает значительную часть черновой работы, но это творческий процесс. Надо стремиться к объективности и достоверности используемой информации. Поэтому работу на данном этапе мы рекомендуем начать с оценки изученных литературных материалов и лишь, затем переходить к обобщению информации. Необходимо обдумать имеющуюся информацию и критически подходить к отдельным источникам, не забывая, что более достоверными являются официальные издания от имени государственных или общественных организаций, монографии, научные сборники. В статьях могут быть отражены лишь позиции авторов, могут быть и ошибочные положения, и различного рода неточности, поэтому следует разобраться в этом и дать отдельным мнениям соответствующую оценку.

Последовательность ознакомления с литературными источниками рекомендуется осуществлять в следующем порядке:

- учебники и учебные пособия, раскрывающие вопросы темы курсовой работы;
- методологические и методические разработки, регламентирующие вопросы исследования;
- научные издания (монографии), затрагивающие рассматриваемые аспекты;
- периодические издания (журналы), раскрывающие результаты маркетинговых исследований по теме;
- статистические данные, позволяющие определить тенденции и направления практики по исследуемым вопросам.

Такая последовательность позволяет углублять и накапливать знания по исследуемой проблеме.

Разработанный план курсовой работы по теме студент должен обязательно согласовать с научным руководителем.

3 этап. Написание аналитической главы курсовой работы

Для написания этой части работы студент должен подготовиться к проведению исследования, а именно самостоятельно разработать рабочую программу исследования и анкету, провести полевое обследование, осуществить обработку результатов исследования, провести анализ полученных результатов. Эту часть работы целесообразно начинать с краткого изложения методических основ проведения исследования, затем переходить к анализу значений *переменных*. При этом надо уделить внимание простым распределениям, что предполагает анализ описательной статистики, а также перекрестным распределениям. Если выборка исследования состоит из подмассивов, важных для раскрытия всей темы, необходимо рассмотреть распределение переменных по этим подмассивам. Такой анализ,

однако, недостаточен с практической и научной точек зрения и понижает значимость исследования. Необходимо выявление социальных типов для чего целесообразно использовать аппарат кластерного анализа. Также рекомендуется проводить факторный анализ.

4 этап. Написание рекомендательной главы

В данной главе студент должен на основе анализа результатов исследования выявить проблем по теме и предложить разработанные рекомендации по решению выявленных проблем. Рекомендации по теме исследования должны быть аргументированы и обоснованы.

5 этап. Сдача на проверку и защита курсовой работы.

Сроки выполнения курсовых работ указаны в задании к курсовой работе.

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.

РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна соответствовать следующей структуре:

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

Образец титульного листа курсовой работы представлен в приложении Б.

Студент должен написать *письменное заявление* о самостоятельном характере выполненной работы (Приложение В)

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, анализируемый период, какие методы были использованы для проведения исследования, в каких источниках нашло отражение других исследований по теме. Введение обычно содержит 2 – 3 страницы.

Все разделы курсовой работы должны быть связаны между собой, и отражать ее цели и задачи.

Основная часть курсовой работы содержит, как правило, 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. В главе обязательно должен быть сделан обзор маркетинговых исследований по теме. 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 составлении программы исследования. При раскрытии теоретических вопросов необходимо делать ссылки на используемую литературу. 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. Рекомендуется в первом параграфе главы изложить свой методический подход к исследованию, а в последующих параграфах осуществлять анализ описательной статистики, кластерный и факторный анализ полученных данных. В главе также можно анализировать статистические данные, маркетинговые данные отдельных авторов по выбранной теме для сравнения с полученными результатами. В связи с этим, изучая цифровой материал, нужно стараться отбирать только последние данные, которые можно найти в специальных журналах за последние годы. Монографии от начала написания до издания проходит более долгий путь, поэтому ряд статистических данных них может устареть.

Качество курсовой работы во многом зависит от того, насколько полно и грамотно проанализирован практический материал. Поэтому необходимо придавать определенное значение правильной группировке имеющейся маркетинговой информации, составлению на ее основе таблиц и графиков.

После каждой таблицы должен быть проведен анализ и сделаны обоснованные выводы, либо они должны быть размещены по тексту.

Третья глава связана с поиском рекомендаций по совершенствованию изучаемых вопросов. В ней должны содержаться выявленные студентом проблемы, основные направления совершенствования недостатков и перспективы развития изучаемых вопросов. Эта глава самая сложная. Для ее написания студент должен суметь обобщить и теоретический и аналитический материал, проявить творческую самостоятельность и способность к творческому поиску. В данной главе следует обязательно делать сноски на авторов, выделивших ту или иную проблему и предложивших пути ее решения. Кроме этого обязательно должны быть сформулированы предложения по результатам собственного исследования в области рекламы и связей с общественностью.

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 так же пути их устранения и направления совершенствования процессов и явлений, отраженные в 3 главе. В заключении должны быть отражены только те положения, которые рассмотрены в курсовой работе. Объем заключения составляет около 2 страниц.

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.

Обязательными приложениями к курсовой работе по данной дисциплине являются: рабочая программа исследования, анкета, разработанная студентом и распечатка первичных результатов обработки данных программы SPSS, подтверждающая использование программы. Количество других 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 заголовки, напечатанные прописными буквами. Если приложений более одного, их следует нумеровать по порядку арабскими цифрами.

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.

В начале семестра каждому студенту будет выдано задание на выполнение курсовой работы. Задание на выполнение курсовой работы одинаково для всех тем и содержит следующий перечень подлежащих разработке вопросов и календарный план:

№ п/п	Наименование вопросов, подлежащих разработке (этапы работы)	Срок выполнения
1.	Выбор темы работы и согласование ее с научным руководителем и разработка плана курсовой работы	До 13.02.2018
2	Написание теоретической главы курсовой работы	1.03.2018
3	Написание аналитической главы курсовой работы	1.04.2018
4	Написание рекомендательной главы	17.04.2018

Срок сдачи работы 25 апреля 2018 г.

РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполненная обучающимся курсовая работа будет оценена по установленным кафедрой следующим критериям оценки:

- соблюдение правил оформления титула и текста курсовой работы (Приложение Б и внутренний стандарт по оформлению письменных работ);
- выполнение установленных требований по структуре работы и наличие всех установленных частей работы;
- уровень раскрытия содержания темы работы;
- обязательное проведение исследования в области рекламы и связей с общественностью, проведение анализа результатов, наличие факторного и кластерного анализа;
- использование рекомендованных библиографических источников;
- степень самостоятельности выполнения работы;
- применение машинной обработки данных с помощью программы SPSS

На основе изложенных в данном разделе критериев и результатов защиты будет выставляться оценка с учетом следующей шкалы.

Студент получает оценку «отлично», если:

1. Полно раскрыто содержание темы курсовой работы.
2. На высоком уровне написана теоретическая глава, рассмотрены различные взгляды ученых, высказаны собственные теоретические позиции
3. На высоком уровне проведено исследование, обработаны и проанализированы результаты, проведен факторный или кластерный анализ.
4. Четко и аргументировано сделаны выводы .
5. Четко выделены проблемы и имеются основательные практические рекомендации.

6. Работа носит самостоятельный характер (оригинальность составляет 80% и выше)

Студент получает оценку «хорошо», если:

1. Раскрыто основное содержание темы курсовой работы

2. На удовлетворительном уровне написана теоретическая глава, рассмотрены различные взгляды ученых, не всегда высказаны собственные теоретические позиции

3. С недостатками проведено исследование, обработаны и проанализированы результаты, не проведен факторный или кластерный анализ

3. Допущены небольшие неточности при выводах

4. Нечетко выделены проблемы и имеются не достаточно основательные практические рекомендации.

5. Работа носит самостоятельный характер (оригинальность составляет 70%)

Студент получает оценку «удовлетворительно», если:

1. Не полностью раскрыто основное содержание темы курсовой работы, . обнаружено неумение использовать литературные источники

2. На удовлетворительном уровне написана теоретическая глава, рассмотрены различные взгляды ученых, но не высказаны собственные теоретические позиции

3. С недостатками составлена программа, анкета, проведено исследование, обработаны и проанализированы результаты, не проведен факторный или кластерный анализ

3. Допущены ошибки в формулировании выводов

4. Нечетко выделены проблемы и имеются не продуманные практические рекомендации.

5. Работа носит самостоятельный характер (оригинальность составляет 60%)

Студент получает оценку «неудовлетворительно», если:

1. Основное содержание темы курсовой работы не раскрыто

2. На неудовлетворительном уровне написана теоретическая глава, не рассмотрены различные взгляды ученых, не высказаны собственные теоретические позиции

3. Не верно составлена программа, анкета, проведено исследование, обработаны и проанализированы результаты, не проведен факторный или кластерный анализ

3. Не сделаны выводы

4. Не выделены проблемы и нет практических рекомендаций.

5. Работа носит не самостоятельный характер (оригинальность составляет ниже 60%)

Список тем курсовых работ по учебной дисциплине

1. Реклама одежды: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)
2. Реклама обуви: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)
3. Реклама в сфере туризма: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных туроператоров, групп туроператоров)
4. Имидж организации: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере любой организации). Возможен опрос внешней и внутренней общественности
5. Реклама мебели: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек)
6. Реклама товаров бытовой химии: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)
7. Реклама в метро: состояние, проблемы, направления совершенствования
8. Реклама детских товаров: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)
9. Реклама детских игрушек: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)
10. Реклама в сфере шоу-бизнеса: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных организаций шоу-бизнеса или группы организаций)
11. Мотивация обучения студентов по направлению «реклама и связи с общественностью»: состояние, проблемы, направления повышения (на примере студентов, обучающихся по данному направлению)
12. Адаптация студентов, обучающихся на направлении «реклама и связи с общественностью»: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере специалистов или)
13. Реклама детского питания: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)
14. Реклама в банковской сфере: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельного банка или группы банков)
15. Реклама молочных продуктов: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)
16. Реклама в финансовой сфере: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере финансовых, страховых компаний)
17. Средства массовой информации как объект для размещения рекламы: популярность отдельных изданий, проблемы и пути их разрешения
18. Представления студентов о трудовой деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью: знание содержания деятельности, мотивация к обучению, карьерные планы, проблемы и пути их разрешения
19. Реклама хлебобулочных изделий: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)
20. Реклама в политической сфере: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельной партии)
21. Отношение родителей и детей к детской рекламе: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных видов рекламы)
22. Отношение студентов к обучению в области рекламы и связей с общественностью: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных вузов)

23. Реклама автомобилей: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)

24. Реклама в сфере образования: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных вузов)

25. Удовлетворенность потребителей рекламой: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных групп товаров, сфер деятельности)

26. Реклама пива: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)

27. Социальная реклама: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных видов)

28. Отношение студентов к их будущей карьере в качестве специалистов в области рекламы и связей с общественностью: состояние, проблемы и пути их решения

29. Реклама соков: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере группы торговых точек, группы марок товаров)

30. Реклама в производственной сфере: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных видов предприятий, видов продукции)

31. Влияние рекламы на покупательское поведение состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере отдельных видов рекламы)

Студент может предложить свою тему исследования, исходя из практических и научных интересов, но она должна быть обязательно согласована с преподавателем.



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

По дисциплине _____
(Наименование дисциплины)

(Наименование темы)

Ф.И.О студента _____
Направление/специальность _____
Направленность (профиль)/специализация _____
Номер группы _____
Номер зачетной книжки _____
Дата регистрации курсовой работы (проекта) кафедрой _____
Проверил _____

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 (проект)**

Тема _____

ФИО студента _____

Группа _____

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

Преподаватель _____ (подпись)
(фамилия и инициалы преподавателя)

Задание получил студент _____ (подпись)
(фамилия и инициалы студента)



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 _____, направления подготовки _____

направленности (профиля) _____,

заявляю, что в моей курсовой работе (проекте), выполненной на тему:

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.

(подпись)

И.О. Фамилия

Результаты проверки в системе «Антиплагиат»

Доля авторского текста (оригинальности) в результате автоматизированной проверки составила _____ %.

Руководитель курсовой работой _____
(уч. степень, должность, Фамилия И.О.)

« ____ » _____ 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 (проект)**

ФИО студента _____

Группа _____

Дисциплина _____

№ п/п	Критерии оценки	Оценочные баллы	Баллы по результатам работы
Итого		100	

Шкала итоговой оценки:

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

Оценочное заключение: _____
(неудовлетворительно/удовлетворительно/хорошо/отлично)

Преподаватель _____

«__» _____ 20__ г.