

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский

ДЕПАРТАМЕНТ
ОБРАЗОВАНИЯ
(ДО КФУ)

» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Курсовая работа по направлению Б1.Б.33

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Никитин А.А.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941811919

Казань
2019

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Никитин А.А. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Aleksej.Nikitin@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины 'Курсовая работа по направлению' являются:

- освоение студентами основных методов анализа рекламной и PR практики;
- совершенствование знаний в области прикладного и медиаанализа;
- освоение студентами особого жанра научно-исследовательской работы - курсовая работа.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.Б.33 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 2, 3 курсах, 3, 5 семестры.

Фундаментом для организации и развертывания учебно-исследовательской и научно-исследовательской работы студентов являются знания о научных исследованиях и их элементах (сущность, основные категории, объект и предмет науки, методы исследований, использование мультимедиа, методы определения эффективности научной работы, система внедрения результатов научных исследований в практику), и навыки самостоятельной работы по углубленному изучению научных проблем.

В ходе выполнения научно-исследовательских работ проявляется самый высокий уровень самостоятельности и познавательной активности студента. В этой работе проявляются понимание цели и задач работы, определение методов исследования, внесение корректив, выводы по проблеме.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-6 (профессиональные компетенции)	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- специфику прикладного и теоретического анализа;
- особенности написания курсовой работы по направлению, ее структуру, научный аппарат;
- методику обобщения полученных результатов.

2. должен уметь:

- анализировать и применять известные методики анализа рекламной и PR деятельности;

- составить план курсовой работы;
- провести исследование по выбранной теме;
- оформить результаты исследования в тексте курсовой работы;
- оформить сам текст курсовой работы согласно требованиям.

3. должен владеть:

- методикой написания курсовой работы;
- методами анализа теоретической литературы;
- методами сбора и анализа эмпирического материала;
- методами анализа нормативного материала;
- способами представления исследовательского материала в тексте курсовой работы.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 семестре; зачет в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Подготовка и написание курсовой работы по выбранной и утвержденной на выпускающей кафедре теме: выбор темы, работа с литературой, определение эмпирической базы курсовой работы, работа с научным руководителем, проведение исследования, подведение итогов научного исследования, составление плана работы, утверждение плана работы научным руководителем, консультации научного руководителя, написание текста курсовой работы, написание научным руководителем отзыва на курсовую работу. Защита курсовой работы.	3	1-18	0	0	4	Письменная работа
2.	Тема 2. Выбор темы курсовой работы и ее утверждение. Определение круга источников, структуры и объема курсовых работ. Методические рекомендации к выполнению основных разделов курсовых работ. Требования к оформлению курсовой работы. Контроль за выполнением и рецензирование курсовых работ. Порядок защиты курсовых работ.	5	1-18	0	0	4	Письменная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	Зачет

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Зачет
	Итого			0	0	8	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Подготовка и написание курсовой работы по выбранной и утвержденной на выпускающей кафедре теме: выбор темы, работа с литературой, определение эмпирической базы курсовой работы, работа с научным руководителем, проведение исследования, подведение итогов научного исследования, составление плана работы, утверждение плана работы научным руководителем, консультации научного руководителя, написание текста курсовой работы, написание научным руководителем отзыва на курсовую работу. Защита курсовой работы.

лабораторная работа (4 часа(ов)):

Выбор темы курсовой работы на соответствующем курсе обучения. Правила подготовки и оформления введения и заключения курсовой работы. Структурирование курсовой работы по частям. Правила и методика подготовки теоретической части исследования. Правила и методика подготовки прикладной части исследования. Методические указания по оформлению курсовой работы. Подготовка к защите, подготовка презентации. Особенности подготовки и защиты курсовой работы на на соответствующем курсе обучения.

Тема 2. Выбор темы курсовой работы и ее утверждение. Определение круга источников, структуры и объема курсовых работ. Методические рекомендации к выполнению основных разделов курсовых работ. Требования к оформлению курсовой работы. Контроль за выполнением и рецензирование курсовых работ. Порядок защиты курсовых работ.

лабораторная работа (4 часа(ов)):

Выбор темы курсовой работы на соответствующем курсе обучения. Правила подготовки и оформления введения и заключения курсовой работы. Структурирование курсовой работы по частям. Правила и методика подготовки теоретической части исследования. Правила и методика подготовки прикладной части исследования. Методические указания по оформлению курсовой работы. Подготовка к защите, подготовка презентации. Особенности подготовки и защиты курсовой работы на на соответствующем курсе обучения.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Подготовка и написание курсовой работы по выбранной и утвержденной на выпускающей кафедре теме: выбор темы, работа с литературой, определение эмпирической базы курсовой работы, работа с научным руководителем, проведение исследования, подведение итогов научного исследования, составление плана работы, утверждение плана работы научным руководителем, консультации научного руководителя, написание текста курсовой работы, написание научным руководителем отзыва на курсовую работу. Защита курсовой работы.	3	1-18	подготовка к письменной работе	32	Письменная работа
2.	Тема 2. Выбор темы курсовой работы и ее утверждение. Определение круга источников, структуры и объема курсовых работ. Методические рекомендации к выполнению основных разделов курсовых работ. Требования к оформлению курсовой работы. Контроль за выполнением и рецензирование курсовых работ. Порядок защиты курсовых работ.	5	1-18	подготовка к письменной работе	32	письменная работа
	Итого				64	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

По данной дисциплине предусматриваются следующие образовательные технологии: разбор конкретных исследовательских ситуаций, консультации с научным руководителем, включая дистанционные консультации в режиме компьютерных симуляций, оппонирование курсовой работы, защита курсовой работы в предусмотренном нормативными документами режиме.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Подготовка и написание курсовой работы по выбранной и утвержденной на выпускающей кафедре теме: выбор темы, работа с литературой, определение эмпирической базы курсовой работы, работа с научным руководителем, проведение исследования, подведение итогов научного исследования, составление плана работы, утверждение плана работы научным руководителем, консультации научного руководителя, написание текста курсовой работы, написание научным руководителем отзыва на курсовую работу. Защита курсовой работы.

Письменная работа , примерные вопросы:

Подготовка и написание курсовой работы по выбранной и утвержденной на выпускающей кафедре теме: выбор темы, работа с литературой, определение эмпирической базы курсовой работы, работа с научным руководителем, проведение исследования, подведение итогов научного исследования, составление плана работы, утверждение плана работы научным руководителем, консультации научного руководителя, написание текста курсовой работы, написание научным руководителем отзыва на курсовую работу. Защита курсовой работы.

Тема 2. Выбор темы курсовой работы и ее утверждение. Определение круга источников, структуры и объема курсовых работ. Методические рекомендации к выполнению основных разделов курсовых работ. Требования к оформлению курсовой работы. Контроль за выполнением и рецензирование курсовых работ. Порядок защиты курсовых работ.

письменная работа , примерные вопросы:

Подготовка и написание курсовой работы по выбранной и утвержденной на выпускающей кафедре теме: выбор темы, работа с литературой, определение эмпирической базы курсовой работы, работа с научным руководителем, проведение исследования, подведение итогов научного исследования, составление плана работы, утверждение плана работы научным руководителем, консультации научного руководителя, написание текста курсовой работы, написание научным руководителем отзыва на курсовую работу. Объем курсовой работы - 35-40 страниц через 1,5 интервала, 14 кеглем. Полный перечень требований содержится в утверждаемых выпускающей кафедрой методических указаниях по подготовке и оформлению курсовых работ. Защита курсовой работы.

Итоговая форма контроля

зачет (в 3 семестре)

Итоговая форма контроля

зачет (в 5 семестре)

Примерные вопросы к зачету:

Тематика работ на втором курсе:

1. Понятие и сущность свободы массовой информации
2. Законодательная база, регулирующая деятельность СМИ в РФ
3. Информационные ресурсы и информационный потенциал современного общества.
4. Влияние СМИ на политический процесс: формирование стереотипов, современные технологии влияния на массовое сознание.
5. Основные принципы функционирования медиа в современном обществе: свобода, разнообразие, качество информации, социальный и культурный порядок, солидарность и согласие

6. Виды нарушений прав журналистов
7. Причины расширения вещания и развития СМИ.
8. Сегментация рекламы в СМИ.
9. Понятие, структура и функции массовой коммуникации.
10. Основные нормативные модели функционирования СМИ (авторитарная, либертарианская, социальной ответственности, демократического представительства)
11. СМИ в процессе формирования общественного мнения.
12. Двухступенчатая модель массовой коммуникации П. Лазарсфельда.
13. Исследования процесса новостного производства (работы Медиа группы Глазго).
14. Анализ массовой коммуникации в работах Г. Лассуэлла.
15. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера и ее роль в анализе эффектов массовой коммуникации.
16. Новые тенденции в развитии массмедиа.
17. Теория "публичных арен" и ее роль в анализе эффектов массовой коммуникации.
18. Маркетинговый подход к СМИ и сегментирование аудитории.
19. Государственная информационная политика и ее роль в деятельности пресс-служб.
20. Роль пресс-служб в повышении открытости государственного управления.
21. Цели, задачи, функции пресс-службы.
22. Структуры и принципы организации современных пресс-служб, координация пресс-службы со структурными подразделениями органа государственной власти.
23. Мониторинг СМИ: цели и порядок организации.
24. Формы подачи информационно-новостных материалов.
25. Материалы для распространения в процессе организации новостных событий.
26. Современные требования к информационному обеспечению внешней политики. Основные направления работы ДИП МИД РФ.
27. Служебные и имиджевые документы разрабатываемые пресс-службой. Медиакарта.
28. Эффективность печатного материала. Корпоративные издания, их цели.
29. Рекламные технологии.
30. Современные подходы к определению сущности рекламной деятельности. Объекты рекламной деятельности.
31. Российский рынок рекламы, проблемы и перспективы его развития
32. Рекламное обращение (информативное, увещательное, напоминающее, подкрепляющее).
33. Средства распространения и размещения рекламы (классификация), их преимущества и недостатки.
34. Проблемы организации и планирования рекламной кампании.
35. Современные рекламные стратегии: пульсирующая, продолжительная, флайтовая.
36. Манипулятивная и рациональная реклама.
37. Показатели эффективности рекламной кампании.
38. Сущность концепции интегрированных коммуникаций.
39. Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.
40. Современные концепции коммуникации.
41. Коммуникационный процесс и его основные элементы.
42. Коммуникативные барьеры.
43. Модели коммуникации.
44. Публичная коммуникация
45. Политическая коммуникация и ее функции.
46. Межкультурная коммуникация: понятие, уровни и формы.

47. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе

48. Структура, фазы анализа и их содержание

49. Принципы системного анализа

50. Основные принципы когнитивного подхода

Тематика работ на третьем курсе:

1. Теория рационального выбора и ее возможности как инструмента анализа

2. Процесс моделирования и его основные этапы

3. Сравнительный метод в анализе рекламной кампании и PR -кампании

4. Понятие, сущность и виды прогнозирования.

5. Роль моделирования и прогнозирования в разработке рекламной кампании и PR-проекта.

6. Качественные и количественные методы анализа и их характеристика.

7. Психологические детерминанты массовой коммуникации.

8. Психология стереотипов и их учет в массовой коммуникации.

9. Специфика коммерческого и политического стереотипа - имиджа.

10. Технология создания и разрушения стереотипов.

11. Психологические барьеры массовой коммуникации.

12. Слух его функции и разновидности в жизни человека, организации, общества.

13. Объективные и субъективные причины возникновения слухов и способы их дезавуирования

14. Внушение как метод социально-психологического воздействия.

15. Убеждение и модели убеждающего воздействия.

16. Понятие и приемы манипулятивного воздействия.

17. Эволюция маркетинга как экономической доктрины, основные маркетинговые концепции.

18. Схемы организации службы маркетинга на предприятии

19. Субъекты маркетинга и их классификация.

20. СМИ как основной выразитель общественного мнения. Повестка дня и ее роль в формировании общественного мнения.

21. Методика определения эффективности интегрированных кампаний.

22. Сегментация рынка, её основные принципы и виды

23. Качество и конкурентоспособность товара. Критерии оценки и расчета конкурентоспособности.

24. Жизненный цикл товара, его основные этапы и виды, стратегия работы с товаром на разных этапах жизненного цикла.

25. Основные факторы ценообразования, задачи и политика ценообразования.

26. Распределение товаров и каналы распределения - их разновидности и основные параметры.

27. Подходы к анализу организации как объекта управления. Теории жизненного цикла организации.

28. Преимущества и недостатки децентрализованных организационных структур.

29. Типы организационных структур: линейные, функционально-рыночные и адаптивные оргструктуры.

30. Конкурентные преимущества и их классификация. Основные детерминанты конкуренции.

31. Традиционный и этический подходы к пониманию проблем социальной ответственности бизнеса и их содержание

32. Понятие и основные признаки бренда.

33. Значение торговой марки в деятельности компании.

34. Глобальные, региональные и национальные торговые марки.

35. Основные особенности политического товара как объекта брендинга.

36. Классическая модель бренд-менеджмента и модель бренд-лидерства.
37. Модели политического брендинга.
38. История развития брендинга как вида маркетинговой деятельности.
39. Особенности брендинга и специфика рынка в постсоветской России.
40. Позиционирование и разработка атрибутов бренда.
41. Предпосылки возникновения и исторические корни PR, PR-деятельность как индустрия в различных странах мира.
42. Определения PR и рекламы в современной науке.
43. Формы рекламных и PR-структур организаций, системно-функциональный подход к организации отдела рекламы и PR.
44. Функции, принципы и модели PR. Методологическая основа рекламной и PR-деятельности.
45. Функции, основные элементы и типология рекламы. Место рекламы в структуре маркетинговых коммуникаций.
46. Соотношение PR и рекламы и других коммуникационных видов деятельности: пропаганда, агитация, маркетинг, паблисити и т.д.
47. Понятие общественности в PR. Принципы выделения ключевых групп общественности.
48. Государственный PR: цель, задачи, модели связей с общественностью в государственном секторе.
49. Рекламная и PR-деятельность в современной России: зарождение, этапы становления, особенности, реклама и связи с общественностью в России дореволюционного периода и советского времени.
50. Общественное мнение в структуре PR: определение, сущность, "15 законов" общественного мнения Хадли Кентрила.

7.1. Основная литература:

1. Рефераты, курсовые и дипломные работы. Методика подготовки и оформления / Кузнецов И.Н., - 7-е изд. - М.: Дашков и К, 2018. - 340 с.: ISBN 978-5-394-01694-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415062>
2. Как правильно написать реферат, курсовую и дипломную работы / Бушенева Ю.И. - М.: Дашков и К, 2016. - 140 с.: ISBN 978-5-394-02185-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415294>
3. Письменные работы научного стиля: Учебное пособие / Авдоница Л. Н., Гусева Т. В. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 72 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование) (Обложка) ISBN 978-5-91134-670-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=563093>

7.2. Дополнительная литература:

1. Методические указания по подготовке, оформлению и защите курсовых и выпускных квалификационных (бакалаврских, магистерских) работ / Ш.Р. Юсупов, Т.И. Никитина, В.В. Лаптев, А.А. Никитин. - Казань: Казан. ун-т, 2016. - 99 с. - Режим доступа: http://kpfu.ru/portal/docs/F_718474074/Methodichka.kursovye.i.VKR.docx
2. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): Учебное пособие / В.В. Кукушкина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 265 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-004167-4. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=405095>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Научная библиотека им. Н. И. Лобачевского КФУ - <http://kpfu.ru/library>
Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА КИБЕРЛЕНИНКА - <http://cyberleninka.ru>

Фундаментальная библиотека ИНИОН РАН - http://inion.ru/index.php?page_id=179

ЭБС Znanium.com - <http://www.znanium.com>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Курсовая работа по направлению" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Для организации самостоятельной работы студента необходим специальный консультативный класс с компьютерным обеспечением

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере .

Автор(ы):

Никитин А.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.