**ТЕМЫ**

**курсовых работ**

**по дисциплине научные основы PR.**

1. Зарождение и развитие PR.

2. Казахстанский опыт зарождения и развития связей с общественностью.

3. Значение СО для современного общества.

4. Разновидности коммуникации.

5. Возрастание роли связей с общественностью в различных сферах.

6. Этапы становления PR в Казахстане.

7. PR как область знаний.

8. Принципы и функции профессии.

9. Почему PR стал разноцветным (об основных технологиях).

10. Различные направления деятельности в связях с общественностью.

11. Организация мероприятий (на конкретном примере).

12. Технология создания информационного повода.

13. Специально организуемые мероприятия.

14. Организация взаимодействия с клиентами.

15. Манипуляция в связях с общественностью.

16. Управление изменениями.

17. PR в шоу-бизнесе.

18. Антикризисное управление.

19. Различные виды коммуникаций.

20. Задачи коммуникатора.

21. Роль реципиента в СО.

22. Особенности воздействия на общественное мнение.

23. Экономическая составляющая деятельности редакций.

24. Медиа-менеджмент в редакциях.

25. Система печати Казахстана.

26. Система аудиовизуальных СМИ.

27. Основные функции пресс-секретаря.

28. Пресс-релиз, пресс-кит.

29. Последствия информационного взрыва.

30. Глобализация и PR.

**ТРЕБОВАНИЯ**

**к выполнению и оформлению курсовых работ**

Курсовая работа представляет собой вид учебной и научно-исследовательской работы студента. Основной целью выполнения курсовой работы является развитие мышления, творческих способностей студента, привитие ему первичных навыков самостоятельной работы, связанной с поиском, систематизацией и обобщением имеющейся научной и учебной литературы, углублённым изучением какого-либо вопроса, темы, раздела

учебной дисциплины, формирование умений анализировать и критически

оценивать исследуемый научный и практический материал, овладение методами современных научных исследований. Курсовая работа должна представлять собой целостное, завершенное и самодостаточное по внутренней структуре исследование и полностью раскрывать заявленную тему.

Студент может выбрать тему из списка предложенных, а также может самостоятельно сформулировать самостоятельно на основе тематики изучаемого курса. Работа должна иметь титульный лист, название, содержание, введение, основную часть, выводы, список использованный литературы и ссылки. Титульный лист должен содержать следующую информацию: полное название учебного заведения, факультета, в котором выполнена работа; название темы; фамилию, имя и отчество студента, форму его обучения курс и номер группы; фамилию и инициалы научного руководителя, его ученую степень и звание; город и год написания работы. В курсовой работе в обязательном порядке должны содержаться примеры их практики казахстанских связей с общественностью.

Работа должна содержать как минимум 5-7 ссылок на теоретические источники, которые оформляются следующим образом: ФИО автора, название, год издания, (если журнал - его номер, если газета - ее номер и дата), номер цитируемой страницы.

Объем курсовой - 8 страниц формата А4 (поля: левое – 3 см, правое -1,5 см, верхнее и нижнее - 2 см). Шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал одинарный. Для акцентирования внимания на определенных терминах, важных моментах, специфических особенностях, содержащихся в работе, студент может использовать шрифты разной гарнитуры (полужирный, курсив), подчеркивание и т. п. Страницы должны быть пронумерованы. Допускается сдача курсовой в рукописном виде, по объему равного печатному.

**Библиография**

**Основная**

1. Блэк С. Введение в связи с общественностью. - М., 1998.

2. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз. - М., 2007.

3. Данилина В.В., Луканина М.В. и др. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика.- М., 2006.

4. Игнатьев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольная энциклопедия Public Relations. - М., 2004.

5. Капитонов Э. А. Организация службы связи с общественностью. - Р\Д. 1997.

6. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. - М., 2003.

7. Козыбаев С. К., Нода Л. П., Рожков А. В. Журналистика Казахстана. Энциклопедия. - А., 2006.

8. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. - М., 2007.

9. Нургожина Ш. И. Введение в журналистику. - А., 2001.

10. Татаринова Г. Н. Введение в специальность «Связи с общественностью». - Омск, 2000.

**Дополнительная**

1. Барабаш В. В. Словарь терминов рекламы и паблик рилейшнз. - М., 1995.

2. Brad F. Media Relations Handbook. - London, 2004.

3. Галумов Э. А. Основы PR. - М., 2004.

4. Вайман Д. Мастерство презентации. - М., 2004.

5. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика.- М., 2004.

6. Комаровский В. С. Государственная служба и СМИ. - Воронеж, 2003.

7. Кривоносов А. PR-текст в системе публичных коммуникаций. - СПб., 2000.

8.Уилкокс Д. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. - М., 2004.

9. PR и СМИ в Казахстане. - А., 2001-2007.

10. Советник. - М., 2001 -2011.

**Шкала оценок**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Оценка по буквенной системе** | **Цифровой эквивалент баллов** | **%-ное содержание** | **Оценка по традиционной системе** |
| Тема раскрыта полностью | А | 4,0 | 95-100 |  Отлично |
| Тема раскрыта в целом | А- | 3,67 | 90-94 |
| Тема раскрыта, но имеются теоретические недостатки по | В+ | 3,33 | 85-89 |   хорошо |
| Имеются недостатки по содержанию | В | 3,0 | 80-84 |
| Есть недостатки концептуального характера | В- | 2,67 | 75-79 |
| В работе есть недостатки по содержанию | С+ | 2,33 | 70-74 | Удовлетворительно |
| Курсовая содержит много неточностей и ошибок | С | 1,67 | 60-64 |
| Тема раскрыта слабо | С- | 1,67 | 60-64 |
| Тема раскрыта не в должной мере, мало конкретного материала | D+ | 1,33 | 55-59 |
| Тема не раскрыта, большое количество содержательных и технических недостатков | D | 1,0 | 50-54 |  |
| Тема не раскрыта | F | 0 | 0-49 |  |