

Курсовые работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- оглавление;
- перечень условных обозначений и терминов (при необходимости);
- введение;
- основную часть (рекомендуется 2 главы – каждая объемом не меньше 9-10 страниц; можно делить на параграфы – объем параграфа не менее 3 страниц)
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

ПРИЛОЖЕНИЕ А
(обязательное)
Форма титульного листа курсовой работы

Министерство культуры Республики Беларусь
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств»
Факультет культурологии и социокультурной деятельности
Кафедра межкультурных коммуникаций

КУРСОВАЯ РАБОТА

_____ (название дисциплины)

_____ (название темы)

Специальность _____

Специализация _____

Студент

_____ (группа)

_____ (подпись)

_____ (инициалы, фамилия)

Руководитель

_____ (ученая степень, звание)

_____ (подпись)

_____ (инициалы, фамилия)

Минск 201__

обучающихся по специальности

1-21 04 01 **Культурология** (по направлениям),
направлению

специальности 1-21 04 01-02 **Культурология**
(прикладная), специализациям

1-21 04 01-02 02 **Менеджмент международных**
культурных связей,

1-21 04 01-02 03 **Менеджмент рекламы и**
общественных связей

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
Пример оформления содержания
курсовой работы

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1 ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ: ИСТОРИКО- КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ	6
1.1 Цели, задачи, виды социальной рекламы	6
1.2 История развития социальной рекламы	10
1.3 Возможности созидательного воздействия социаль- ной рекламы на личность	13
ГЛАВА 2 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В УСЛОВИЯХ ВХОЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МЕЖДУ- НАРОДНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО...	15
2.1 Механизмы создания социальной рекламы в Рес- публике Беларусь: коммуникативный аспект	15
2.2 Процесс разработки социальной рекламы (на при- мере деятельности киностудии «Беларусьфильм», РУП «Белорусский видеоцентр»)	21
2.3 Перспективы использования опыта зарубежных стран в создании социальной рекламы	25
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	26
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	28
ПРИЛОЖЕНИЯ	31
ПРИЛОЖЕНИЕ А Динамика развития социальной рек- ламы в Республике Беларусь	31
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Эффективная социальная реклама киностудии «Беларусьфильм», РУП «Белорусский видео- центр»	32

Во Введении обосновывается актуальность темы (проблемы), формулируется научный аппарат предполагаемого исследования (**цели и задачи работы, объект, предмет и методы исследования**).

Не следует формулировать цель как «Исследование...

», «Изучение...», так как эти слова указывают на процесс достижения цели, а не на саму цель.

Примерный объем введения – 2 (не меньше) страницы.

СТРОГАЯ КОРРЕЛЯЦИЯ
между задачами, параграфами и
выводами в заключении

**ЛОГИКА АКАДЕМИЧЕСКОГО
НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

ВЫВОДЫ ТОЛЬКО В КОНЦЕ ГЛАВ

В Заключении курсовой работы подводятся итоги исследования, в виде тезисов излагаются его основные положения и результаты.
Объем заключения - до 3-х страниц (не меньше 3-х).

Объем курсовой работы составляет 25-30 страниц

Набор текста осуществляется с использованием текстового редактора Word.

Текст работы печатается шрифтом Times New Roman **14 пунктов**,

межстрочный интервал должен составлять **18 пунктов**.

Размеры полей: левое - **20 мм**, правое - **10 мм**, верхнее - **20 мм**, нижнее - **20 мм**.

Заголовки структурных элементов
«СОДЕРЖАНИЕ», «ПЕРЕЧЕНЬ
УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ И ТЕРМИНОВ»,
«ВВЕДЕНИЕ»,
«ГЛАВА», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ»,
«СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ
ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЕ»
печатаются прописными буквами в середине
строк полужирным шрифтом размером на 1-2
пункта большим, чем шрифт основного текста.

Заголовки Глав печатаются строчными буквами (кроме первой прописной) с абзацного отступа полужирным шрифтом размером на 1-2 пункта большим, чем шрифт основного текста.

Заголовки параграфов печатают строчными буквами (кроме первой прописной) с абзацного отступа полужирным шрифтом размером шрифта основного текста.

В конце заголовков глав, разделов и подразделов точку не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой.

Расстояние между заголовком и текстом (за исключением заголовка пункта) должно составлять 2-3 межстрочных интервала.

Если между двумя заголовками текст отсутствует, то расстояние между ними устанавливается в 1,5-2 межстрочных интервала.

Расстояние между заголовком и текстом, после которого заголовок следует, может быть большим, чем расстояние между заголовком и текстом, к которому он относится.

Каждую структурную часть курсовой работы следует начинать с нового листа (страницы). Данное требование не распространяется на разделы и подразделы.

Первой страницей курсовой работы является титульный лист, но номер на ней не ставится.

Второй страницей курсовой работы является содержание. Оно входит в общую нумерацию дипломной работы, но номер на этой странице не ставится, если его текст занимает менее половины страницы. В таком случае проставление номеров продолжается с введения, т. е. с третьей страницы, и заканчивается на последней странице приложений.

Нумерация производится по центру внизу страницы, без точки после цифры.

Номер *главы* ставится после слова «ГЛАВА» без точки. Название главы печатают с новой строки.

Разделы нумеруются в пределах каждой главы. Номер раздела состоит из номера главы и порядкового номера раздела, разделенных точкой. Например: 1.2 (второй раздел первой главы).

Подразделы нумеруются в пределах каждого раздела. Номер состоит из порядковых номеров главы, раздела и подраздела, разделенных точками. Например: 1.2.3 (третий подраздел второго раздела первой главы).

4.3 Иллюстрации смотрите на странице 11-12

В курсовой работе применяются затекстовые ссылки. Их связь с текстом осуществляется посредством приведения в тексте в квадратных скобках номера использованного источника по «Списку использованных источников» и через запятую указания страниц, на которых помещены цитата.

Например: [10, с. 3-5] или [14, с. 26, таблица 2].

Если источников несколько, они разделяются точкой с запятой.

Например: [18, с. 120; 15, с. 305].

Источники в списке следует располагать в алфавитном порядке.

При использовании в курсовой работе законодательных и иных нормативных правовых актов они размещаются в начале списка с соблюдением иерархии (Конституция, международные договоры, кодексы, законы, указы и декреты, постановления Парламента, Правительства, акты министерств, инструкции, правила, уставы, решения местных органов власти) в алфавитном порядке.

**Примеры библиографического
описания источников**

Стр. 23

Характеристика источника	Пример оформления
Один, два, три автора	<p>Морозов, А. В. Фольклор в духовной культуре восточных славян / А. В. Морозов. – Вильнюс : Ксения, 2005. – 196 с.</p> <p>Каплунов, Д. А. Копирайтинг массового поражения / Д. Каплунов. – СПб. [и др.] : Питер : Мир книг, 2014. – 256 с.</p> <p>Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. – 2-е изд. – М. : Юрайт, 2014. – 430 с.</p> <p>Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – М. : Дашков и К, 2011. – 548 с.</p>
Более трех авторов	Социологическая энциклопедия / А. Б. Александрова [и др.] ; под общ. ред. А. Н. Данилова. – Минск : БелЭн, 2003. – 382 с.
Многотомное издание	Беларусы : у 12 т. / рэдкал.: Н. І. Буракоўская [і інш.]. – Мінск : Беларус. навука, 1995–2009. – 12 т.
Отдельный том в многотомном издании	Гісторыя Беларусі : у 6 т. / рэдкал.: М. Касцюк (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : Экаперспектыва, 2000–2005. – Т. 3: Беларусь у часы Рэчы Паспалітай (XVII–XVIII стст.) / Ю. Бохан [і інш.]. – 2004. – 343 с.
Сборник научных статей, трудов	Информационное обеспечение науки Беларуси: к 80-летию со дня основания ЦНБ им. Я. Коласа НАН Беларуси : сб. науч. ст. / НАН Беларуси, Центр. науч. б-ка; редкол.: Н. Ю. Березкина (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Красико-Принт, 2004. – 174 с.
Автореферат	Мицкевич, Ю. В. Организационно-педагогическое обеспечение рекламной деятельности куль-

ПЛАГИАТ И САМОПЛАГИАТ