

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»  
Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

# **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ**

Методические указания

Составитель  
Т.Ю. Димитрова

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Оренбург  
2021

УДК 659.4(076.5)

ББК 76.0я7

С 25

Рецензент – доктор политических наук Ю.В. Кудашова

С 25      **Связи с общественностью в кризисных ситуациях:** методические указания / составитель Т.Ю. Димитрова; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2021. – 23 с.

Основное содержание: связи с общественностью, кризисные ситуации, антикризисное управление, антикризисные коммуникации, информационно-коммуникационное обеспечение чрезвычайных ситуаций.

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» предназначены обучающимся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

УДК 659.4(076.5)

ББК 76.0я7

© Димитрова Т.Ю.,  
составление, 2021

© ОГУ, 2021

## Содержание

Введение .....	4
1 Общие сведения о содержании курсовой работы .....	5
2 Выбор темы и подбор литературы.....	8
3 Разработка плана и основной части курсовой работы .....	11
Приложение А (обязательное) Варианты заданий на выполнение курсовой работы.....	16
Приложение Б (обязательное) Пример оформления списка использованных источников .....	18
Приложение В (обязательное) Пример оформления титульного листа курсовой работы.....	20
Приложение Г (обязательное) Пример оформления содержания.....	21
Приложение Д (обязательное) Бланк «Задание на выполнение курсовой работы»...	22
Приложение Е (обязательное) Бланк «Рецензия на курсовую работу» .....	23

## Введение

В подготовке высококвалифицированных специалистов по рекламе и связям с общественностью важная роль принадлежит курсовой работе по дисциплине «Связи с общественностью в кризисных ситуациях». Курсовая работа выявляет общий уровень подготовки студентов, его теоретические знания и умение анализировать социально-экономические процессы и является итоговым предэкзаменационным этапом в изучении данной дисциплины.

Курсовая работа выполняется в целях:

- закрепления теоретических знаний, полученных студентами в процессе изучения специфики связей с общественностью в кризисных ситуациях;
- расширения и систематизации теоретических и практических знаний;
- приобретения опыта подготовки библиографии по избранной теме и развития навыков самостоятельной работы с литературой;
- овладения методами исследования явлений и процессов, происходящих в связях с общественностью;
- развитие навыков написания и защиты развернутой теоретической работы.

В процессе работы студент должен проявить умение свободно ориентироваться в комплексе вопросов по дисциплине, понимать взаимосвязь изучаемого курса со смежными дисциплинами.

При выполнении курсовой работы формируются навыки анализа антикризисных коммуникаций, специфики PR в условиях кризиса, успешного выполнения выпускной квалификационной работы.

# **1 Общие сведения о содержании курсовой работы**

## **1.1 Структура курсовой работы**

Курсовая работа является одним из видов самостоятельной работы студентов, выполняется в соответствии с рабочей программой дисциплины «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» и служит для развития необходимых специалисту навыков практического использования изученного на лекционных и семинарских занятиях материала.

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание;
- лист рецензии
- содержание;
- введение;
- две или три главы, каждая из которых включает два-три подраздела;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

## **1.2 Оформление курсовой работы**

Общие требования и правила оформления курсовой работы изложены в СТО 02069024.101–2015 РАБОТЫ СТУДЕНЧЕСКИЕ. (по ссылке):

[http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf)

## **1.3 Стиль изложения курсовой работы**

Курсовая работа должна быть выдержана в стиле письменной научной речи. Стилю письменной научной речи характерно использование конструкций, исключая употребление местоимения первого лица единственного и множественного числа, местоимений второго лица единственного числа.

При этом рекомендуется использовать следующие варианты:

- неопределенно-личные предложения, например, «Вначале производят

отбор факторов для анализа, а затем устанавливают их влияние на показатель»;

- формы изложения от третьего лица, например, «Автор полагает...»;
- предложения со страдательным залогом, например, «Разработан

комплексный подход к исследованию...».

В научном тексте нельзя использовать разговорно-просторечную лексику. Нужно использовать категории науки. Если есть сомнения в стилистической окраске слова, необходимо обратиться к словарю.

Важнейшим средством выражения смысловой законченности, целостности и связности научного текста является использование специальных слов и словосочетаний (таблица 1). Для выражения логической последовательности используют сложные союзы: благодаря тому что, между тем как, так как, вместо того чтобы, ввиду того что, оттого что, вследствие того что, после того как, в то время как и др. Особенно употребительны производные предлоги в течение, в соответствии с, в результате, в отличие от, наряду с, в связи с, вследствие и т.п.

В качестве средств связи могут использоваться местоимения, прилагательные и причастия (*данные, этот, такой, названные, указанные, перечисленные*).

В научной речи используются указательные местоимения «этот», «тот», «такой». Местоимения «что-то», «кое-что», «что-нибудь» в тексте научной работы обычно не используются.

Таблица 1.3 – Средства связи между предложениями

Речевая функция	Лексические средства
1 Последовательность изложения мыслей	вначале, прежде всего, затем, во-первых, во-вторых, значит, итак
2 Переход от одной мысли к другой	прежде чем перейти к, обратимся к, рассмотрим, остановимся на, рассмотрев, перейдем к, необходимо остановиться на, необходимо рассмотреть
3 Противоречивые отношения	однако, между тем, в то время как, тем не менее
4 Причинно-следственные отношения	следовательно, поэтому, благодаря этому, сообразно с этим, вследствие этого, отсюда следует, что
5 Отношение	действительно, видимо, надо полагать, возможно, вероятно, по сообщению, по сведениям, по мнению, по данным
6 Итог, вывод	итак; таким образом; значит; в заключение отметим; все сказанное позволяет сделать вывод; подводя итог, следует сказать; резюмируя сказанное, отметим

Для выражения логических связей между частями научного текста используются следующие устойчивые сочетания: *приведем результаты исследования; как показал анализ; на основании полученных данных*. Для образования превосходной степени прилагательных чаще всего используются слова *наиболее, наименее*. Не употребляется сравнительная степень прилагательного с приставкой *по-* (например, *повыше, побыстрее*). Особенностью научного языка является констатация признаков, присущих определяемому слову. Так, прилагательное *следующие*, синонимичное местоимению *такие*, подчеркивает последовательность перечисления особенностей и признаков (например, *Рассмотрим следующие факторы, влияющие на формирование рынка труда*).

#### **1.4 Текущий контроль и защита курсовой работы**

Текущий контроль исполнения работы в соответствии с графиком, осуществляется преподавателем. Выделяются следующие этапы выполнения работы:

- 1 Выбор темы, подбор, изучение и анализ литературы по избранной теме.
- 2 Разработка и утверждение плана курсовой работы.
- 3 Сбор и обработка фактического и нормативного материала.
- 4 Подготовка текста глав.
- 5 Оформление курсовой работы (графической части и списка использованных источников, введения, заключения).

Выполненная курсовая работы предъявляется к защите после проверки и одобрения руководителем работы. Для приема курсовой работы создается комиссия из преподавателей кафедры экономической теории. Студент кратко докладывает основные вопросы, разработанные в ходе выполнения курсовой работы, и отвечает на вопросы и замечания. Защита оформляется зачетом с соответствующей оценкой. Примерная структура доклада при защите курсовой работы дана в приложении.

## 2 Выбор темы и подбор литературы

Тематика курсовых работ по дисциплине «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» разрабатывается в соответствии с актуальными проблемами массовой коммуникации и развития различных сфер российского общества на современном этапе. Тематика утверждается на заседании кафедры. Выбор темы работы осуществляется после консультации с преподавателем, ведущим курс, по которому пишется курсовая работа.

При подготовке курсовой работы должны быть изучены фундаментальные труды представителей теории и практики связей с общественностью, монографии по выбранной проблеме, сборники статей, профессиональные и отраслевые издания, данные официальных сайтов организаций, социальные сети. Основная и дополнительная литература приведены в рабочей программе дисциплины.

При подборе нормативно-правовых актов необходимо использовать возможности тематического поиска документов в справочной правовой системе «Гарант», а также в других справочных системах - «Консультант», «Кодекс». Эти справочно-информационные системы значительно облегчают тематический поиск необходимых нормативных документов.

Особую ценность в работе представляет использование результатов самостоятельно проведенных социологических исследований, материалов о деятельности предприятий, организаций, банков и т.п.

Необходимо использовать данные интернет-ресурсов:

### **1. Министерство экономического развития и торговли РФ:**

– официальный сайт <http://www.economy.gov.ru>: представляет информацию о деятельности Министерства, законах РФ, публикует реестр официальных документов.

### **2. Федеральная служба государственной статистики РФ:**

– официальный сайт <http://www.gks.ru>: содержит новости, статистическую информацию, каталог публикаций.



### **3. Центры изучения общественного мнения:**

- фонд «Общественное мнение» <https://fom.ru/>: российская организация, занимающаяся проведением социологических исследований. ФОМ занимает первое место в Профессиональном рейтинге исследовательских компаний;
- аналитический Центр Юрия Левады (АНО Левада-Центр) <https://www.levada.ru/>: российская негосударственная исследовательская организация. Центр проводит социологические и маркетинговые исследования. Левада-Центр является одной из крупнейших исследовательских компаний в России;
- Всероссийский центр исследования общественного мнения <https://wciom.ru/>: исследовательская организация, регулярно проводящая социологические и маркетинговые исследования на основе опросов общественного мнения.

### **4. Информационно-аналитические системы:**

- Интегрум <http://www.integrum.ru/>: система предоставляет возможности поиска и создания автоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40 000 источников: печатных изданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций. Предоставляются архивы федеральных и региональных СМИ России;
- сайт информационного агентства Regnum <http://www.regnum.ru/>: новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире;
- Public.Ru <http://www.public.ru/>: – полный спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к уникальной коллекции публикаций СМИ, мониторинг прессы и проведение аналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ;
- сайт Федеральной антимонопольной службы РФ <http://fas.gov.ru/>: актуальная информация о контроле выполнения рекламного законодательства, конкуренции в РФ;

- Advertology: наука о рекламе <http://advertology.ru/>: новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности;
- сайт компании PR News <http://www.prnews.ru/>: лидера в области исследования компаний, мониторинг СМИ, медианалитика, коммуникационные исследования;
- сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью <http://www.raso.ru/>: консолидации усилий отдельных операторов PR-рынка для решения вопросов общеотраслевого значения;
- журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)» <http://www.rbc.ru/>: аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация;
- русское издание журнала «Forbes» <http://www.forbes.ru/>: аналитические статьи, актуальная экономическая и политическая информация;
- центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти <http://www.gr.ru/>: сайт по джиару (GR).

## **3 Разработка плана и основной части курсовой работы**

### **3.1 Разработка плана**

После выбора и утверждения темы курсовой работы составляется план. Он должен соответствовать ранее выданному заданию на курсовую работу. Составление плана – ответственный этап в работе, который предполагает четкое и ясное представление о содержании выбранной темы. Все разделы (главы) плана и подразделы должны быть четко сформулированы, логически между собой связаны и починены одной главной проблеме, которая отражена в названии работы.

План курсовой работы должен включать заголовки двух - трех взаимосвязанных глав. Каждая глава должна включать два-три параграфа (пункта), которые раскрывают ее содержание. При этом название параграфа не должно совпадать с названием главы и темы работы.

Формулировки глав и параграфов должны быть достаточно краткими, не содержать лишней информации. Как правило, формулировка главы (параграфа) включает одно предложение.

Курсовая работа имеет творческий характер, поэтому план всегда имеет динамичный, подвижный характер. В случае необходимости план может корректироваться по согласованию с руководителем работы.

Студент должен самостоятельно разработать черновой вариант плана. Окончательный вариант утверждает руководитель.

### **3.2 Введение**

В содержании должны быть отражены следующие элементы:

- актуальность выбранной темы;
- цель и задачи работы;
- объект и предмет исследования;
- информационная база работы (фундаментальные труды, учебная литература, монографии, нормативные документы, статистические материалы);
- методы, используемые в процессе выполнения работы (общенаучные и

конкретные методы исследования).

Актуальность темы характеризует степень ее важности в данный момент и в данной ситуации для решения данной проблемы (задачи, вопроса). Студент в ходе подготовки курсовой работы рассматривает отдельные аспекты проблемы в соответствии с выбранной темой.

На основе сформулированной проблемы работы устанавливается ее цель. Цель работы – это то, что в самом общем виде должно быть достигнуто в итоге написания курсовой работы. Цель является идеальным представлением результата, который должен быть получен. Формулировка цели работы обычно начинаются словами «разработать что-либо», «обосновать что-либо», «выявить что-либо» и т.п.

Сформулированная цель работы логически определяет ее задачи, которые чаще всего выступают как частные, сравнительно самостоятельные цели и рассматриваются как основные этапы курсовой работы. Чаще всего формулировки таких задач делаются в форме перечисления и должны корреспондировать с названиями параграфов.

Пример - «Исходя из указанной цели работы, основными задачами являются:

- 1) изучить ...;
- 2) выявить ...;
- 3) проанализировать...»

Во введении представляется степень разработанности проблемы в литературе с указанием авторов, занимающихся данной проблемой и аспектов ее исследования, а также «белых пятен» в разработке проблемы.

Методы, используемые в процессе подготовки курсовой работы, служат средством решения поставленных задач.

### **3.3 Разработка теоретических и практических вопросов курсовой работы**

В первой главе рекомендуется рассмотреть теоретические вопросы. Представляется обзор литературы с изложением различных точек зрения по выбранной теме. Необходимо использовать периодическую литературу за последние пять лет.

Целесообразно начинать изложение рассматриваемой проблемы с оценки степени изученности исследуемой проблемы, рассмотреть вопросы, которые к настоящему времени теоретически и практически решены, а также дискуссионные, с различных точек зрения освещаемые в научной литературе. При этом необходимо определить собственную точку зрения и обосновать ее. Также следует осветить изменения рассматриваемой проблемы в обозримый период с целью выявления основных тенденций и особенностей ее развития.

Большое значение имеет правильная трактовка используемых понятий, их точность и научность. Употребляемые термины должны быть общепринятыми либо приводиться со ссылкой на автора.

В процессе подбора, изучения имеющихся литературных источников по рассматриваемой проблеме необходимо найти сходство и различия точек зрения разных авторов, дать их анализ и обосновать свою позицию по данному вопросу.

Во второй и третьей главах теоретические исследования, проведенные в первой главе, находят свое практическое подтверждение в развитии коммуникационных процессов, разрешения кризисных ситуаций. Представляются пути и методы решения поставленных проблем.

Материал, используемый в курсовой работе из других литературных источников, должен быть переработан, связан с темой курсовой работы и изложен своим словами. Объем работы примерно составляет 30-35 страниц.

### **3.4 Заключение**

Заключение носит форму обобщения теоретических и практических результатов, изложенных в основной части. Заключение представляет собой последовательное, логически стройное изложение полученных выводов и их соотношение с целью работы и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении. Выводы следует писать в логической последовательности, опираясь на промежуточные выводы и результаты. Затем их надо обобщить и сформулировать общий вывод по всей работе, указав на перспективу исследования.

### 3.5 Список использованных источников

После заключения помещается список использованных источников. Список составляет одну из существенных частей курсовой работы и отражает самостоятельную творческую работу студента.

Каждый включенный в такой список источник должен иметь отражение в тексте работы. Список должен содержать не менее 15 источников, которые отражают информацию об исследуемой проблеме за последние три года.

### 3.6 Рецензирование курсовой работы и допуск к защите

Курсовая работа отдаётся на рецензирование в соответствии с графиком. Рецензирование курсовой работы проводит её руководитель. В письменной рецензии указываются положительные и отрицательные стороны курсовой работы, даются рекомендации для возможного предложения исследования, заключение о допуске к защите, а также предварительная оценка работы. Окончательная оценка выставляется по результатам защиты. При подготовке к защите необходимо внимательно ознакомиться с рецензией, постараться понять сделанные руководителем замечания и выполнить все рекомендации. Во время защиты студент должен глубокие знания проблем, освещённых в курсовой работе, уметь ответить на смежные вопросы. Для успешной защиты можно составить тезисы работы, т.е. кратко изложить суть проблемы и продумать ответы на возможные дополнительные вопросы. Если курсовая работа не допускается к защите, студент должен её доработать с учётом указанных замечаний и повторно представить руководителю.

Таблица 3.6 – Примерная структура доклада при защите курсовой работы

Элементы доклада	Время
1 Представление студента и темы работы	не более 2 мин.
2 Актуальность темы	
3 Цель работы и ее задачи	
4 Логика построения работы в первой и второй главах (вопросах)	не более 1 мин.
5 Обоснование каждого вывода и предложения, содержащегося в третьей главе (вопросе)	не более 6 мин.

## Продолжение таблицы 2

Элементы доклада	Время
6 Работа, проделанная студентом, по замечаниям руководителя	не более 1 мин.
7 Заключительная часть (перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы)	
Итого	10 мин.

Время доклада в ходе защиты курсовой работы ограничено 7-10 мин. Поэтому рекомендуется придерживаться указанных интервалов. Объем доклада приблизительно равен 3-4 листам текста в формате Word при размере шрифта 14 пунктов и одинарном интервале.

### 3.7 Оценка курсовой работы

Оценку **«отлично»** получает студент, который показал в работе и её защите глубокие знания по теме, творчески использовал их для анализа современного состояния проблемы, смог обобщить фактический материал и сделал выводы и предложения. Оценку **«хорошо»** получает студент, который выявил глубокие знания по теме в работе и в процессе защиты, широко осветил все вопросы, но не проявил творческого отношения к работе. Оценку **«удовлетворительно»** получает студент, правильно раскрывший в работе и при её защите основные вопросы выбранной темы, но изложивший вопросы недостаточно логично и допустивший частые неточности.

Курсовая работа, получившая оценку **«отлично»**, может быть рекомендована на конкурс научных студенческих работ, использована при подготовке доклада и выступления на студенческой конференции. Курсовая работа, получившая оценку **«неудовлетворительно»** в ходе защиты, должна быть возвращена студенту на доработку и защищена повторно. Курсовая работа, являющаяся плагиатом, автоматически получает оценку **«неудовлетворительно»**.

## **Приложение А**

*(обязательное)*

### **Варианты заданий на выполнение курсовой работы**

1. Разработка стратегии антикризисных связей с общественностью в производственной сфере.
2. Интернет технологии в реализации стратегии антикризисных связей с общественностью.
3. Антикризисные связи с общественностью в деятельности общественных организаций.
4. Связи с общественностью в кризисных ситуациях на примере спортивной сферы.
5. Разработка стратегии антикризисных связей с общественностью органов муниципальной власти.
6. Разработка стратегии антикризисных связей с общественностью в коммерческой сфере.
7. Связи с общественностью в кризисной ситуации учреждений социальной сферы.
8. Антикризисный PR в коммерческой сфере.
9. Антикризисный PR в некоммерческой сфере.
10. Технологии работы в социальных сетях в антикризисных связях с общественностью.
11. Связи с общественностью в кризисной ситуации на примере сферы туризма.
12. Антикризисные связи с общественностью в политической сфере.
13. Связи с общественностью в кризисной ситуации.
14. Информационная политика региона в условиях кризиса.
15. Антикризисная стратегия позиционирования органов судебной власти.
16. Антикризисная стратегия позиционирования органов законодательной власти.



17. Антикризисная стратегия позиционирования органов исполнительной власти.
18. Разработка стратегии антикризисных связей с общественностью учреждений сферы образования.
19. Связи с общественностью в кризисных ситуациях на примере нефтяной промышленности.
20. Связи с общественностью в кризисных ситуациях на примере газодобывающей отрасли.
21. Антикризисное позиционирование региональных брендов.
22. Стратегия антикризисного позиционирования органов государственной власти.
23. Связи с общественностью в кризисных ситуациях в сфере культуры.
24. Связи с общественностью в кризисных ситуациях в рекламном бизнесе.
25. Связи с общественностью в кризисных ситуациях в сфере торговли.
26. Связи с общественностью в кризисных ситуациях на примере деятельности региональных СМИ.
27. Управление репутацией организации.
28. Разработка медиасопровождения антикризисных программ.
29. Технологии работы в социальных сетях в реализации антикризисных программ позиционирования.
30. Рекламные технологии антикризисного позиционирования.
31. Социальные проекты в антикризисном позиционировании предприятий.
32. Социальная реклама как технология антикризисного управления.
33. Имиджевые стратегии в условиях кризиса.
34. Антикризисное PR-сопровождение инвестиционных проектов.
35. Антикризисное PR-сопровождение организации специальных мероприятий.

## Приложение Б

(обязательное)

### Пример оформления списка использованных источников

1. Российская Федерация. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: [офиц. текст: принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г.: с изменениями и дополнениями на 1 июля 2021 года] // Российская газета. – 1994. – № 238-239.
2. Российская Федерация. Законы. Закон об акционерных обществах: федер. закон: [принят Гос. Думой 24 ноября 1995 г.: с изменениями на 7 августа 2001 г., редакция, действующая с 1 января 2002 г.] // Российская газета. – 2001. – № 151-152.
3. Российская Федерация. Законы. О несостоятельности (банкротстве): федер. закон: [принят Гос. Думой 27 сентября 2002 г.]. – Москва: Эксмо, 2021. – (Актуальный закон) – 784с. – ISBN 978-5-04-118602-9.
4. Актуальные проблемы реформы местного самоуправления и развития муниципального права в России [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.А. Глотов [и др.]. – Электрон. Текстовые данные. – Москва: Международный юридический институт, 2013. – 304 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34395>. – 10.02.2012.
5. Бердникова, Т.В. Диагностика и анализ финансового состояния предприятия / Т.В. Бердникова. – Москва: «ИНФРА-М», 2002. – 409 с. – ISBN 5-16-000487-4.
6. Двинянинова, Г.С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе / Г.С. Двинянинова // Социальная власть языка: сб. науч. тр. / Воронежский межрегиональный институт общественных наук, Воронежский государственный университет, факультет романо-германской истории. – Воронеж, 2001. – С. 101-106.
7. Дик, Е. Кадровый состав тронулся / Е. Дик // Эксперт-Урал. – 2004. – № 13. – С. 24-29.

8. Донцова, Л.В. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2001. – 304 с. – ISBN 5-8018-0003-4.
9. КонсультантПлюс: Высшая школа [Электронный ресурс].: учеб. пособие. – Электрон. текстовые дан. (400 Мб). – [Москва] : КонсультантПлюс, 2004-2005. – Вып. 4 : К осеннему семестру 2005. – 1 электрон. опт. диск (CDROM). □ Системные требования.
10. Курс экономической теории: учебное пособие / под ред. А.В. Сидоровича. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 1040 с. – ISBN 978-5-8018-0335-7.
11. Областной статистический ежегодник: сб. ст. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области. – Оренбург, 2005. – 500 с.
12. Травин, В.В. Менеджмент персонала предприятия: учебно-практическое пособие / В.В. Травин, В.А. Дятлов. – 3-е изд. – Москва: Дело, 2000. – 272 с. – ISBN 5-7749-0062-2.

## **Приложение В**

*(обязательное)*

### **Пример оформления титульного листа курсовой работы**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт социально-гуманитарных инноваций и массмедиа

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

### **КУРСОВАЯ РАБОТА**

по связям с общественностью в кризисных ситуациях

#### **Управление репутацией организации**

ОГУ 42.03.01.3001.21 ОО

Руководитель

канд. экон. наук, доцент

\_\_\_\_\_ Т.Ю. Димитрова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Исполнитель

Студент гр. 18РСО(бп)ОП

\_\_\_\_\_ А.А. Андрейчев

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Оренбург 2021

# Приложение Г

*(обязательное)*

## Пример оформления содержания

### Содержание

Введение.....	6
1 Теоретические основы управления репутацией компании .....	8
1.1 Инструменты связей с общественностью в управлении репутацией.....	8
1.2 Принципы и подходы к управлению репутацией.....	10
1.3 Инструменты связей с общественностью в управлении репутацией компании .....	11
2 Анализ деятельности связей с общественностью в формировании репутации компании ООО «Митжел» .....	16
2.1 Анализ формирования имиджа компании ООО «Митжел» .....	16
2.2 Анализ отношения основной аудитории к деятельности компании ООО «Митжел».....	20
3 Разработка стратегии связей с общественностью на формирование высокой репутации компании ООО «Митжел».....	28
3.1 Модель формирования корпоративного имиджа компании по А. Н. Чумикова .....	28
3.2 Интернет-технологии в реализации связей с общественностью .....	35
3.3 Технологии организации и проведения специальных мероприятий в формировании имиджа .....	41
Заключение .....	47
Список используемых источников.....	49
Приложение А (обязательное) Грамота за 1 место в выставке «Экспортер года 2021».....	51
Приложение Б (обязательное) Благодарность губернатора Оренбургской области.....	52
Приложение В (обязательное) Анкета социологического опроса на тему коммуникационного аудита .....	53
Приложение Г (справочное) Категории инструментов для продвижения SMM.....	55
Приложение Д (обязательное) Страница в Instagram компании ООО «Митжел».....	56
Приложение Е (обязательное) Карта Республики Казахстан с отмеченными городами, куда ООО «Митжел» экспортирует товары .....	57



# Приложение Е

(обязательное)

## Бланк «Рецензия на курсовую работу»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт социально-гуманитарных инноваций и массмедиа  
наименование факультета (института)

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии  
наименование кафедры

### РЕЦЕНЗИЯ

#### на выполненную курсовую работу

Студента(ки) Ковыневой Алине Юрьевне группа 18РСО(бп)ОП  
фамилия имя отчество обозначение

по теме «Управление репутацией организации»

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
код наименование

1 Соответствие темы курсовой работы видам и задачам профессиональной деятельности  
Тема курсовой работы полностью соответствует видам и задачам профессиональной деятельности.

2 Актуальность, полнота обзора и раскрытия темы курсовой работы  
Тема курсовой работы является актуальной. В работе достаточно полно проведен обзор учебной и научной литературы по теме. Тема курсовой работы полностью раскрыта.

3 Оценка основных результатов курсовой работы  
Дано понятие деловой репутации и выделены этапы управления деловой репутации. Проведен анализ PR-инструментов управления деловой репутации в кризисных ситуациях. Предложены рекомендации по совершенствованию управления репутацией на примере телекомпании Rika TV.

4 Замечания (при наличии) по курсовой работе отсутствуют

5 Грамотность и стилевое оформление текста, содержательность графического материала (при наличии)

Курсовая работа написана и оформлена грамотно, то есть в соответствии с нормами русского языка, научного стиля изложения и оформления. В работе приведены рисунки, таблицы, графики.

6 Пожелания и предложения  
Результаты исследования, приведенные в курсовой работе, можно использовать в ВКР и при написании научной статьи.

Курсовая работа заслуживает оценки отлично  
отлично хорошо удовлетворительно

Рецензент Димитрова Татьяна Юрьевна  
фамилия имя отчество

Подпись \_\_\_\_\_ Дата «21» декабря 2021 г.