

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Горшков Георгий Сергеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 13.04.2023 17:03:25
Уникальный программный ключ:
77acd55e49b7c81c7c6a46276b4779b08f91b4a9

«МФЮИ»

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ И ЗАЩИТЕ КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

для специальности
42.02.01 Реклама
(базовый уровень)

Методические рекомендации одобрены на заседании ПЦК «Рекламы и PR»
Протокол № 2 от 11 мая 2022 г.

Методические рекомендации разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26.06.2014, регистрационный № 32859)

Разработчик: Чеботарева Инна Васильевна., председатель ПЦК

Рецензент:

Зорин К.А., канд. филос. наук

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
1. СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА	5
2. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА.....	5
3. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ КУРСОВОГО ПРОЕКТА	7
4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА	7
4.1 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ	8
4.2 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ НАИМЕНОВАНИЙ И НУМЕРАЦИИ СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ГЛАВ И ПАРАГРАФОВ.....	8
4.3 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СОКРАЩЕНИЙ И АББРЕВИАТУР	9
4.4 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПЕРЕЧИСЛЕНИЙ	10
4.5 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ РИСУНКОВ.....	10
4.6 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦ	11
4.7 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ФОРМУЛ И УРАВНЕНИЙ	12
4.8 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПРИМЕЧАНИЙ И ССЫЛОК	13
4.9 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	14
4.10 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПРИЛОЖЕНИЙ	15

ВВЕДЕНИЕ

Курсовой проект – это содержательное, самостоятельное, выполненное под руководством преподавателя кафедры журналистики, рекламы и PR. Оно имеет теоретическую составляющую анализа актуальных вопросов теории, а также содержит анализ практического опыта, изучаемого студентом в рамках цикла предметных дисциплин, профессиональных модулей и итогов производственной практики.

Выполнение курсового проекта преследует следующие цели:

1) привить студентам навыки самостоятельной работы с литературными источниками, нормативно-справочной документацией, периодическими изданиями, Интернет-ресурсами;

2) самостоятельно подбирать, систематизировать и анализировать конкретный материал;

3) делать на основе анализа соответствующие выводы и предложения по теме исследования;

4) развить умение четко и просто письменно излагать свои мысли, правильно оформлять работу;

5) овладеть необходимыми теоретическими знаниями, практическими умениями и навыками для написания будущей выпускной квалификационной работы (ВКР).

Задачи, которые ставятся непосредственно перед студентами по выполнению курсовой работы:

- изучение литературы, справочных и научных источников, включая зарубежные, по теме исследования;

- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме, выдвигающихся отечественными и зарубежными специалистами; уточнение основных понятий по изучаемой проблеме;

- определение объекта и предмета исследования по курсовой работе;

- разработка предложений и рекомендаций, направленных на совершенствование изучаемых проблем курсовой работы;

- резюмирование предварительно полученных выводов в целях дальнейшей их разработки в ВКР.

Курсовой проект выполняется под научным руководством преподавателя, закрепленного руководством ПЦК за студентом.

Выбор темы курсового проекта осуществляется исходя из тематики, предложенной студенту. Студент совместно с руководителем составляет план исследования; определяет структуру работы, уточняет сроки выполнения работы по этапам; определяет необходимую литературу и другие материалы.

По окончании работы над курсовым проектом студент сдает ее на проверку преподавателю, в заранее установленные сроки. После чего руководитель работы пишет отзыв. В отзыве должны быть отражены: степень раскрытия темы, логика и уровень изложения материала, а также замечания и предварительная оценка работы. После соответствующей доработки и исправлений студент выходит на защиту курсовой работы.

1. СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Целесообразна следующая последовательность выполнения курсового проекта:

1. Выбор темы и организации, на примере которого будет выполняться работа. Тематика курсовых работ пересматривается ежегодно и утверждается на заседании ПЦК, размещается на сайте МФЮИ.

2. Составление плана написания курсовой работы, где студент указывает содержание основных разделов. План написания курсовой работы согласовывается с руководителем.

3. Заполнение задания на выполнение курсовой работы, подписание его у руководителя.

4. Подбор научной, учебной и учебно-методической литературы и нормативной документации, законодательных актов.

5. Подбор конкретного фактического материала, его обобщение и систематизация.

6. Анализ конкретного фактического материала.

7. Выводы и предложения по проблемам, рассматриваемым в работе.

8. Доработка отдельных разделов, рекомендаций при наличии замечаний научного руководителя.

9. Оформление работы.

10. Сдача работы руководителю.

11. Защита курсового проекта

В процессе выполнения работы студенту рекомендуется придерживаться следующих требований:

- целевая направленность сбора и обработки материала;
- четкость построения таблиц, схем, графиков, диаграмм;
- логическая последовательность изложения материала;
- необходимая глубина исследования;
- полнота освещения рассматриваемых вопросов работы;
- убедительность аргументации в обосновании важности исследуемого вопроса;
- краткость и точность формулировок и изложения результатов работы;
- доказательность выводов;
- обоснованность рекомендаций;
- грамотное изложение текста работы, ее аккуратное оформление.

2. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Курсовой проект должен быть оформлен в папку.

Последовательность переплетения курсовой работы:

1. Титульный лист

2. Задание.

3. Отзыв.

4. Оглавление

5. Введение

6. 1, 2, 3 глава (допускается 1 и 2 глава)

7. Заключение

8. Список использованных источников

9. Приложения

Требования к оформлению текста.

В **содержании** последовательно перечисляются заголовки разделов и подразделов курсовой работы, указываются номера страниц, с которых они начинаются. **Общий объем** курсовой работы, исключая приложения, составляет **25-35 стр.**

Во **введении** курсовой работы необходимо:

- обосновать актуальность выбранной темы;

- сформулировать цель курсовой работы и задачи исследования;
- охарактеризовать объект и предмет исследования;
- указать информационную базу и методологию исследования;
- кратко описать структуру работы (дать аннотацию каждой главы).

Объем введения – 2-3 страницы текста.

В основной части работы решаются задачи исследования и раскрывается содержание заявленной темы. В ней выделяются три главы, каждая из которых включает 2-3 параграфа. Содержание основной части должно соответствовать поставленным во введении целям и задачам. Все части должны быть примерно одинаковыми по объему материала. В конце каждой главы делается логический переход к следующему разделу работы.

В первой (теоретической) главе рассматриваются исторические, теоретические и методические аспекты исследуемой проблемы в соответствии с существующими в отечественной и зарубежной литературе точками зрения и обосновывается собственная аргументированная позиция автора; определяются основные признаки и функции объекта исследования, проводится его классификация; характеризуется механизм взаимодействия и организация деятельности участников. Основные положения, изложенные в первой главе курсовой работы, должны стать базой для изучения и анализа фактических данных и практической деятельности организации, выбранной в качестве базы исследования. В этой главе могут найти место данные, построенные в научные таблицы и графики.

Объем первой главы – 10- 15 страниц.

Вторая глава посвящена анализу практического материала, подобранного во время учебной и производственной практики. В ней содержится:

- анализ конкретного материала по избранной теме (на примере конкретной организации);
- сравнительный анализ с действующей практикой (на примере ряда организаций, отрасли, региона, страны);
- описание выявленных закономерностей, проблем и тенденций развития объекта и предмета исследования;
- оценка эффективности принятых решений (на примере конкретной организации, отрасли, региона, страны).

Во второй (практикоориентированной) главе обобщаются практические сведения и фактические данные, относящиеся к исследуемой проблеме; выявляются основные факторы, определяющие ее развитие, и основные закономерности, характеризующие изменение; положительные и отрицательные проявления (последствия).

Практический материал для анализа должен быть представлен в динамике не менее чем за 4 года, включая год написания. Анализируемый материал обязательно иллюстрируется таблицами, рисунками, схемами, диаграммами, формулами. Курсовая работа должна содержать таблицы, рисунки. Следует иметь в виду, что качеством обработки информации, степенью самостоятельности анализа во многом определяется ценность курсовой работы.

Объем второй главы – 10- 15 страниц.

В третьей главе на основе проведенного анализа формулируются предложения по устранению и выявлению проблем организации, а также рекомендаций по совершенствованию действующей практики по рассматриваемому процессу.

Автор курсовой работы формирует собственный подход по устранению выявленных недостатков, разрабатывает рекомендации, по повышению эффективности деятельности организации (учреждения). Предложения и рекомендации обосновываются с точки зрения экономических и социальных последствий (при необходимости), которые могут проявиться в результате их реализации. Авторский подход является предметом защиты основных положений курсовой работы.

Главу 3 *допустимо не подразделять* на параграфы. *Объем третьей главы – 8-10 страниц.*

В **заключении** приводятся основные выводы по всем трем главам (по 2-3 абзаца на каждый параграф), подтверждающие выполнение поставленных для исследования задач, отражающие полученные результаты и конкретные предложения, свидетельствующие об авторском вкладе в решение проблемы. При этом выводы не могут подменяться механическим повторением выводов по отдельным главам.

Объем заключения – 1,5-2 страницы.

Список использованных источников должен содержать перечень использованных при написании курсовой работы литературных источников с полным описанием выходных (издательских данных) по требованиям стандарта (ГОСТ 7.32-2017). В список включаются источники из библиотеки МФЮИ и электронных библиотечных баз, отражаемых в личном кабинете студента, на которые есть ссылки по тексту работы, а также другие материалы, которые использовались в процессе рассмотрения вопросов, заявленных в содержании работы.

Список использованных источников должен включать **не менее 20 наименований**.

В **приложения** выносятся объемные таблицы, расчеты, систематизированные первичные материалы, иллюстрационный материал, составляющий более двух страниц, и другие источники информации, дополняющие содержание.

3. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

По результатам проверки курсовой работы научный руководитель пишет отзыв, т.е. заключение о качестве всей работы. В отзыве отмечаются положительные стороны работы и ее недостатки (по содержанию, недостаточное использование практического материала, по оформлению и др.).

В случае, если курсовая работа не отвечает основным предъявляемым требованиям, она возвращается студенту на доработку или существенную переработку. Причины этого могут быть следующие:

- содержание курсовой работы не соответствует ее теме;
- использованы во многом устаревшие по содержанию нормативные документы;
- полное отсутствие или недостаток использования практического материала;
- отсутствие «органической» связи, т.е. взаимосвязки текстовой части работы с имеющимися в ней приложениями в виде первичных документов;
- работа оформлена не в соответствии с методическими указаниями, т. е. не соблюдены структура, объем, формат;
- в работе не содержится творческая часть (2-3 глава) в виде рекомендаций и предложений по совершенствованию деятельности организации, анализа на исследуемом предприятии.

В случае несоблюдения указанных условий работа отдается студенту на доработку.

С учетом вышеназванных требований научный руководитель допускает или не допускает курсовую работу к защите. Во всех случаях работа возвращается студенту.

Повторно представленная работа (после доработки) также должна получить соответствующую отметку в отзыве.

Сроки защиты (конкретные даты) курсовых работ студентами устанавливаются в соответствии с учебными планами.

На основании отзыва руководителя определяется оценка по балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка проставляется в отзыве.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Методические указания составлены в соответствии с требованиями государственных стандартов:

ГОСТ 7.32-2017. «Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

ГОСТ 7.32–2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

ГОСТ 7.12–93 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила».

ГОСТ 7.1–2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

ГОСТ 7.82–2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов».

4.1 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Письменная работа выполняется печатным способом с использованием компьютера (текстовый редактор Microsoft Word) и принтера на белой бумаге стандартного формата А4 (размером 297x210 мм) на одной стороне листа.

Каждая страница текста, включая иллюстрации и приложения, нумеруется арабскими цифрами, кроме титульного листа и содержания, по порядку без пропусков и повторений. Номера страниц проставляются, начиная с введения (третья страница), в центре нижней части листа без точки. Все листы работы должны быть скреплены или сброшюрованы.

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 30 мм.

Рекомендуемым типом шрифта является Times New Roman, размер которого 14 pt (пунктов) (на рисунках и в таблицах допускается применение более мелкого размера шрифта, но не менее 10 pt).

Текст печатается через 1,5-ый интервал, красная строка – 1,25 см.

Цвет шрифта должен быть черным, необходимо соблюдать равномерную плотность, контрастность и четкость изображения по всей работе. Разрешается использовать компьютерные возможности.

Акцентирования внимания на определенных терминах и формулах, применяя курсив, полужирный шрифт не применяется.

Опечатки, опiski и графические неточности, обнаруженные в процессе подготовки работы, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста (графики) машинописным способом или черными чернилами, пастой или тушью – рукописным способом. Повреждения листов работы, помарки и следы не полностью удаленного прежнего текста (графики) не допускаются.

4.2 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ НАИМЕНОВАНИЙ И НУМЕРАЦИИ СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ГЛАВ И ПАРАГРАФОВ

Письменная работа должна включать следующие структурные элементы: содержание, введение, основной текст, заключение, список использованных источников (являются обязательными элементами), приложения (является дополнительным элементом). Основной текст может быть разделен на главы и параграфы.

Каждый структурный элемент письменной работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников, приложение) и главы необходимо начинать с

новой страницы. Следующий параграф внутри одной главы начинается через 2 межстрочных интервала на том же листе, где закончился предыдущий.

Расстояние между заголовком структурного элемента и текстом, заголовками главы и параграфа, заголовком параграфа и текстом составляет 2 межстрочных интервала.

Наименования структурных элементов письменной работы («СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЕ») служат заголовками структурных элементов. Данные наименования пишутся по центру страницы без точки в конце прописными (заглавными) буквами, не подчеркивая.

Главы и параграфы должны иметь заголовки. Их следует нумеровать арабскими цифрами и записывать по центру страницы прописными (заглавными) буквами без точки в конце, не подчеркивая. Номер главы указывается цифрой (например, 1, 2, 3), номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой (например, 1.1, 2.1, 3.3). После номера главы и параграфа в тексте точку не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются. Не допускается писать заголовок параграфа на одном листе, а его текст – на другом. Образец оформления заголовков приведен в приложении Л.

В содержании работы наименования структурных элементов указываются с левого края страницы, при этом первая буква наименования является прописной (заглавной), остальные буквы являются строчными, например:

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. МИР РОССИЙСКОЙ РЕКЛАМЫ: СТИЛИСТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНО-РЕЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ

1.1 Реклама - новая реальность

1.2 Все жанры, кроме скучного

2. ЖАНРЫ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

2.1 Классификация жанров рекламы

2.2 Языковые и стилистические приемы воздействия на целевую аудиторию

3. АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ. РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ КАК ФОРМА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ

4.3 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СОКРАЩЕНИЙ И АББРЕВИАТУР

Сокращение русских слов и словосочетаний допускается при условии соблюдения требований ГОСТ 7.12–93 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила».

В тексте письменной работы допускаются общепринятые сокращения и аббревиатуры, установленные правилами орфографии и соответствующими нормативными документами, например: год – г., годы – гг., и так далее – и т. д., метр – м, тысяч – тыс., миллион – млн., миллиард – млрд., триллион – трлн., страница – с., Российская Федерация – РФ, общество с ограниченной ответственностью – ООО.

При использовании авторской аббревиатуры необходимо при первом ее упоминании дать полную расшифровку, например: «...Московский областной финансово-юридический и (далее – МФЮИ)...».

Не допускается использование сокращений и аббревиатур в заголовках письменной работы, глав и параграфов.

4.4 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПЕРЕЧИСЛЕНИЙ

При необходимости в тексте работы могут быть приведены перечисления. *Перед каждым элементом перечисления следует ставить дефис (иные маркеры не допустимы).* Например:

... заключение содержит:

- краткие выводы;
- оценку решений;
- разработку рекомендаций.

При необходимости ссылки в тексте работы на один из элементов перечисления вместо дефиса ставятся строчные буквы в порядке русского алфавита, начиная с буквы а (за исключением букв ё, з, й, о, ч, ь, ы, ь). Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа. Например:

- а) ...;
- б) ...;
 - 1) ...;
 - 2) ...;
- в) ...

4.5 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ РИСУНКОВ

В письменной работе для наглядности, уменьшения физического объема сплошного текста следует использовать иллюстрации – графики, схемы, диаграммы, чертежи, рисунки и фотографии. *Все иллюстрации именуются рисунками.* Их количество зависит от содержания работы и должно быть достаточно для того, чтобы придать ей ясность и конкретность.

Рисунки должны быть созданы с помощью инструментов *Microsoft Word*, возможно использование цвета. При цветном исполнении рисунков следует использовать принтер с возможностью цветной печати. При использовании в рисунках черно-белой печати следует применять черно-белую штриховку элементов рисунка.

На все рисунки должны быть даны ссылки в тексте работы, например: «... в соответствии с рисунком 2 ...» или «... тенденцию к снижению (рисунок 2)».

Рисунки следует располагать в работе *непосредственно после текста*, в котором они упоминаются впервые (при наличии достаточного пространства для помещения рисунка со всеми поясняющими данными), или на следующей странице. Если рисунок достаточно велик, его можно размещать на отдельном листе. Допускается поворот рисунка по часовой стрелке (если он выполнен на отдельном листе). Рисунки, размеры которых больше формата А4, учитывают как одну страницу и помещают в приложениях.

Рисунки, за исключением рисунков в приложениях, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией по всей работе. Каждый рисунок (схема, график, диаграмма) обозначается словом «Рисунок», должен иметь заголовок и подписываться следующим образом – посередине строки без абзацного отступа, например:

Рисунок 1 – Структура администрации района

Если на рисунке отражены показатели, то после заголовка рисунка через запятую указывается единица измерения, например:

Рисунок 1– Структура организации

Рисунки каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения (например, рисунок А.3).

Если рисунок взят из первичного источника без авторской переработки, следует сделать ссылку, например:

Если рисунок является авторской разработкой, необходимо после заголовка рисунка поставить знак сноски и указать в форме подстрочной сноски внизу страницы, на основании каких источников он составлен, например:

¹ Составлено автором по: [15, 23, 42].

При необходимости между рисунком и его заголовком помещаются поясняющие данные (подрисуночный текст), например, последовательность совершения операций.

4.6 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦ

В письменной работе фактический материал в обобщенном и систематизированном виде может быть представлен в виде таблицы для наглядности и удобства сравнения показателей.

На все таблицы должны быть ссылки в работе. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера, например: «...в таблице 2 представлены ...» или «... характеризуется показателями (таблица 2)».

Таблицу следует располагать в работе *непосредственно после текста*, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице.

Таблицы, за исключением таблиц в приложениях, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией по всей работе. Каждая таблица должна иметь заголовок, который должен отражать ее содержание, быть точным, кратким. *Заголовок таблицы* следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире, например:

Таблица 1 – Динамика показателей за 2012–2013 гг.

Если таблица взята из первичного источника без авторской переработки, следует сделать ссылку, например:

Таблица 1 – Источники набора персонала [15, с. 35]

Если таблица является авторской разработкой, необходимо после заголовка таблицы поставить знак сноски и указать в форме подстрочной сноски внизу страницы, на основании каких источников она составлена, например:

¹ Составлено автором по: [1, 3, 10].

Располагают таблицы на странице обычно вертикально. Помещенные на отдельной странице таблицы могут быть расположены горизонтально, причем графа с наименованиями показателей должна размещаться в левой части страницы. Слева, справа и снизу таблицы ограничивают линиями.

Таблицу с большим числом строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу слово «Таблица» указывают один раз слева над первой частью таблицы. На странице, на которую перенесена часть таблицы, слева пишут «Продолжение таблицы» или «Окончание таблицы» с указанием номера таблицы и повторением шапки таблицы.

Если таблица переносится, то на странице, где помещена первая часть таблицы, нижняя ограничительная линия таблицы не проводится. Это же относится к странице (страницам), где помещено продолжение (продолжения) таблицы. Нижняя ограничитель-

ная линия таблицы проводится только на странице, где помещено окончание таблицы.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

Примечания к таблице (подтабличные примечания) размещают непосредственно под таблицей в виде: а) общего примечания; б) сноски; в) отдельной графы или табличной строки с заголовком. Выделять примечание в отдельную графу или строку целесообразно лишь тогда, когда примечание относится к большинству строк или граф. Примечания к отдельным заголовкам граф или строк следует связывать с ними знаком сноски. Общее примечание ко всей таблице не связывают с ней знаком сноски, а помещают после заголовка «Примечание» или «Примечания», оформляют как внутритекстовое примечание.

Допускается применять размер шрифта в таблице меньший, чем в тексте работы, но не менее 10 pt.

Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице измерения, то ее обозначение необходимо помещать над таблицей справа. Если показатели таблицы выражены в разных единицах измерения, то обозначение единицы измерения указывается после наименования показателя через запятую. Допускается при необходимости выносить в отдельную графу обозначения единиц измерения. Образец оформления таблицы приведен в приложении Н.

Текст, повторяющийся в строках одной и той же графы и состоящий из одиночных слов, чередующихся с цифрами, заменяют кавычками. Если повторяющийся текст состоит из двух или более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее – кавычками. Если предыдущая фраза является частью последующей, то допускается заменить ее словами «То же» и добавить дополнительные сведения. При наличии горизонтальных линий текст необходимо повторять. Если в ячейке таблицы приведен текст из нескольких предложений, то в последнем предложении точка не ставится.

Заменять кавычками повторяющиеся в таблице цифры, математические знаки, знаки процента и номера, обозначения нормативных материалов, марок материалов не допускается.

При отсутствии отдельных данных в таблице следует ставить прочерк (тире). Цифры в графах таблиц должны проставляться так, чтобы разряды чисел во всей графе были расположены один под другим, если они относятся к одному показателю. В одной графе должно быть соблюдено, как правило, одинаковое количество десятичных знаков для всех значений величин.

Если таблицы размещены в приложении, их нумерация имеет определенные особенности. Таблицы каждого приложения нумеруют отдельной нумерацией арабскими цифрами. При этом перед цифрой, обозначающей номер таблицы в приложении, ставится буква соответствующего приложения, например:

Таблица В.1 – Динамика показателей за 2018–2020 гг.

Если в документе одна таблица, то она должна быть обозначена «Таблица 1» или «Таблица В.1», если она приведена в приложении (допустим, В).

4.7 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ФОРМУЛ И УРАВНЕНИЙ

Для составления формул, уравнений используется Редактор формул Microsoft Word.

Формулы и уравнения следует выделять из текста в отдельную строку. *Выше и ниже каждой формулы и уравнения необходимо оставлять не менее одной свободной*

строки.

Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке, например:

$$R = X_{\max} - X_{\min}, \quad (4)$$

Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед каждой цифрой обозначения приложения, например, формула (B.1).

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Например: «... в формуле (1)...».

В качестве символов физических величин в формуле следует применять обозначения, установленные соответствующими нормативными документами. Пояснение символов и числовых коэффициентов, если они не пояснены ранее, должны быть приведены непосредственно под формулой, после которой ставится запятая.

Пояснение каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. *Первая строка пояснения должна начинаться без абзацного отступа со слова «где» (без двоеточия).* Например:

$$R = X_{\max} - X_{\min}, \quad (4)$$

где X_{\max} – максимальное значение контролируемого параметра в выборке;

X_{\min} – минимальное значение контролируемого параметра в выборке.

Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, отделяют запятой.

Переносить формулы на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке умножения применяют знак «х».

Порядок оформлений математических уравнений идентичен порядку оформления формул.

4.8 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПРИМЕЧАНИЙ И ССЫЛОК

При необходимости пояснить содержание текста, таблицы или иллюстрации в письменной работе следует помещать примечания. Их размещают непосредственно в конце страницы, таблицы, иллюстрации, к которым они относятся, и печатают с прописной буквы с абзацного отступа после слова «Примечание» или «Примечания». Если примечание одно, то после слова «Примечание» ставится тире и примечание печатается с прописной буквы. Одно примечание не нумеруют. Если их несколько, то после слова «Примечания» ставят двоеточие и каждое примечание печатают с прописной буквы с новой строки с абзацного отступа, нумеруя их по порядку арабскими цифрами.

Цитаты, а также все заимствованные из печати данные (нормативы, цифры и др.), должны иметь библиографическую ссылку на первичный источник. *Ссылка ставится непосредственно после того слова, числа, символа, предложения, по которому дается пояснение, в квадратных скобках.* В квадратных скобках указывается порядковый номер источника в соответствии со списком использованных источников и номер страницы, с которой взята информация, например: [3, с. 15].

Приводимые в работе цитаты должны быть по возможности краткими. Если цитата полностью воспроизводит предложение цитируемого текста, она начинается с прописной буквы. Если цитата включена на правах части в предложение авторского текста, она пишется со строчной буквы. Если в цитату вошла только часть предложения цитируемого источника, то либо после кавычки ставится многоточие и цитата начинается с маленькой буквы, либо цитата начинается с большой буквы и заканчивается многоточием, например: Ф. Котлер подчеркивал, что современный маркетинг «...все в большей степени ориентируется на удовлетворение потребностей индивидуального потребителя» [26, с. 84].

4.9 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Список должен содержать сведения об источниках, использованных при написании письменной работы. Сведения об источниках приводятся в следующем порядке:

- Нормативно-правовые источники (акты органов законодательной и исполнительной власти, ведомственные правовые акты в хронологической последовательности);
- Учебники, монографии, брошюры;
- Диссертации и авторефераты диссертаций;
- Периодические издания;
- Иностранная литература;
- Электронные ресурсы.

В списке использованных источников применяется сквозная нумерация с применением арабского алфавита. Все объекты печатаются единым списком, группы объектов не выделяются.

Объекты описания списка должны быть обозначены терминами в квадратных скобках¹:

- [Видеозапись];
- [Мультимедиа];
- [Текст];
- [Электронный ресурс].

При занесении источников в список литературы следует придерживаться установленных правил их библиографического описания.

Например:

Нормативно-правовые источники. В начале списка дается перечень использованных нормативных правовых актов федерального уровня в следующем порядке: международные нормативно-правовые акты, Конституция, кодексы, федеральные законы, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, нормативно-правовые акты иных федеральных органов государственной власти. Нормативные правовые акты одного уровня располагаются в хронологическом порядке, от принятых в более ранние периоды к принятым в более поздние периоды.

После федеральных нормативно-правовых актов перечисляются нормативно-правовые акты регионального, а затем муниципального уровней в том же порядке.

Примеры оформления нормативно-правовых актов:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая от 30.11.1994 г. N 51-ФЗ. Часть вторая от 26.01.1996 г. N 14-ФЗ [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

2. О рынке ценных бумаг [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 22.04.1996г. N 39-ФЗ. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

3. Об акционерных обществах [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 26.12.1995г. N 208-ФЗ. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Учебники, монографии, брошюры Располагаются по алфавиту фамилии автора или названию, если книга печатается под редакцией. Например:

1.Бэйт, Николас. Как преодолеть экономический спад. План выживания бизнеса [Текст] / Николас Бэйт [Пер. с англ. И.Татариновой]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2009. – 208с.

2. Винс, Р. Математика управления капиталом: Методы анализа риска для трейдеров и портфельных менеджеров [Текст] / Ральф Винс; Пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 400с.

3. Решетникова, Т.В. К вопросу о сущности публичного размещения акций российских компаний [Текст] / Т.В. Решетникова, Ю.М. Тульский // Управленец. - 2011. – N 11. – С.4-7.

Периодические издания. Статистические сборники, инструктивные материалы, методические рекомендации, реферативная информация, нормативно-справочные материалы. Располагаются по алфавиту.

Например:

1. Свердловская область в 2011-2012 годах [Текст]: Стат. сб. / Свердл. обл. комитет гос. статистики Роскомстата РФ. – Екатеринбург: 2013. - 115 с.

2. Социальное положение и уровень жизни населения России в 2010 г. [Текст]: Стат. сб. / Роскомстат РФ. - М.: 2002. - 320 с.

3. Социально-экономическое положение федеральных округов в 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Иностранная литература. Располагается по алфавиту. Например:

1. An Interview with Douglass C. North [Text] // The Newsletter of The Cliometric Society. - 1993. - Vol. 8. - N 3. - P. 23–28.

2. Burkhead, J. The Budget and Democratic Government [Text] / Lyden F.J., Miller E.G. (Eds.) / Planning, Programming, Budgeting. Markham : Chicago, 1972. 218 p.

3. Miller, D. Strategy Marking and Structure: Analysis and Implications for Performance [Text] // Academy of Management Journal. - 1987. - Vol. 30. - N 1. -P. 45–51.

Электронные ресурсы

Например:

1. СКРИН Система раскрытия информации: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.skrin.ru>

2. Рейтинговое агентство Moody's Investors Service: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.moody.com>

4.10 ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ПРИЛОЖЕНИЙ

В приложения рекомендовано включать материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть включены в основную часть: материалы, дополняющие работу; промежуточные математические доказательства, формулы и расчеты; таблицы вспомогательных цифровых данных; инструкции, методики, описания алгоритмов и программ задач, иллюстрации вспомогательного характера; нормативные акты, например, должностные инструкции. В приложения также включают иллюстрации, таблицы и распечатки, выполненные на листах формата А3.

Приложения оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах после списка использованных источников.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь (ПРИЛОЖЕНИЕ А, ПРИЛОЖЕНИЕ Б, ПРИЛОЖЕНИЕ В и т.д.). Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O. В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Само слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» пишется прописными (заглавными) буквами.

Если в работе одно приложение, оно обозначается «ПРИЛОЖЕНИЕ А».

Каждое приложение следует начинать с новой страницы.

Приложение должно иметь заголовки, который записывают на следующей строке после слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» с абзацного отступа. Заголовок пишется с прописной бук-

вы.

В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки, например: «... в приложении Б...». Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы.

Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номером ставится обозначение этого приложения.

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц.

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**

КАФЕДРА «_____»
(полное наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель ПЦК

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(Фамилия И.О.)

«__»_____
(дата)

20__ г.

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

по дисциплине: «_____»
(название дисциплины в соответствии с учебным планом)

на тему: «_____»
(название курсовой работы в соответствии с приказом о закреплении тем и назначении руководителей курсовых работ)

Направление подготовки (специальность) _____
(код, наименование направления подготовки (специальности))

Профиль (специализация) _____
(наименование профиля (специализации))

Автор работы _____ 20__ г.
(Фамилия И.О.) ИНС (дата) курс группа

Руководитель работы _____ 20__ г.
(должность) (подпись) (дата) (Фамилия И.О.)

Работа защищена с оценкой _____
(оценка прописью)

_____ 20__ г.
(должность) (подпись) (дата) (Фамилия И.О.)

_____ 20__
(город)

БЛАНК ЗАДАНИЯ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**

ПЦК _____ Рекламы и PR
Направление / _____
специальность 42.02.01 Реклама
Профиль / спе- _____
циализация _____

УТВЕРЖДАЮ

Председатель ПЦК

канд.филол.наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

И.В. Чеботарева

(подпись)

(И.О. Фамилия)

**ЗАДАНИЕ НА ВЫПОЛНЕНИЕ
КУРСОВОГО ПРОЕКТА**

По дисциплине _____
На тему _____
Обучающийся: _____
Руководитель: _____

Целевая установка: _____

Основные вопросы, подлежащие разработке:

Основные источники информации:

Руководитель: _____
(подпись) _____ (должность, ученое звание)

Задание принял к исполнению _____
(подпись) _____ (Фамилия Имя Отчество)

« » 20 г.

(дата)

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ РИСУНКА

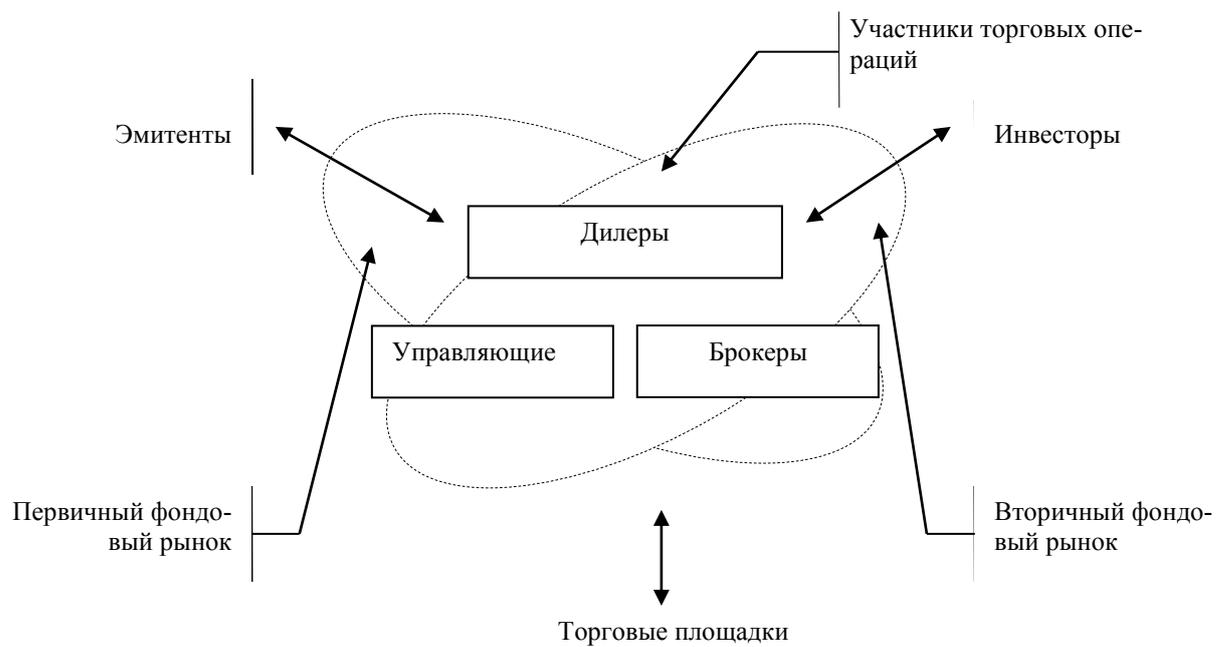


Рисунок 1 – Взаимодействие эмитентов и инвесторов через участников торговых операций [25, с. 241]

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦЫ

Таблица 3. – Приобретение основного средства по договору купли-продажи

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
Приобретение объекта не требующего монтажа		
Отражена покупная стоимость приобретаемого объекта без учета НДС	08	60
Отражена сумма НДС по приобретаемому объекту, предназначенному для производственных целей или перепродажи	19	60
Списан невозмещаемый НДС на увеличение фактических затрат по приобретению (по объектам непромышленного назначения)	08	19
Оплачен счет поставщика	60	51,52...
Принят объект основных средств к учету	01	02
Отражена сумма начисленного износа по приобретаемому объекту, ранее бывшего в эксплуатации	01	02
Возмещен НДС из бюджета по приобретаемому объекту основных средств	68	19
Приобретение объекта, требующего установки и/ или монтажа		
Отражено поступление оборудования , требующего монтаж, в сумме, не включающей НДС	07	60
Отражен НДС, подлежащей уплате налоговым или таможенными органами (при импорте)	19	68,76
Отражены транспортные и заготовительно-складские расходы, связанные с поступлением оборудования, требующего монтажа, в сумме, не включающей НДС	07	60,76
Отражен НДС по заготовительно-складским расходам на основании первичных документов и счетов-фактур	19	60,76
Начало монтажа оборудования	08	07
Выполнены работы по монтажу и установке оборудования	08	10,20,70 ...
Принят объект основных средств к учету	01	08
Перечислены денежные средства поставщику оборудования	60,76	51
Предъявлен к возмещению из бюджета НДС	68	19

ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Тема: « »

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. МИР РОССИЙСКОЙ РЕКЛАМЫ: СТИЛИСТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНО-РЕЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ

1.1 Реклама - новая реальность

1.2 Все жанры, кроме скучного

2. ЖАНРЫ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

2.1 Классификация жанров рекламы

2.2 Языковые и стилистические приемы воздействия на целевую аудиторию

3. АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ. РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ КАК ФОРМА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ

Примерная тематика курсовых проектов

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

1. Разработка дизайн-проекта рекламного буклета продукции
2. Разработка дизайн-проекта упаковки кондитерской продукции
3. Разработка дизайн-проекта упаковки бытового электроприбора
4. Разработка дизайн-проекта витрины
5. Разработка дизайн-проекта крышной установки
6. Разработка дизайн-проекта фасада продуктового магазина
7. Разработка дизайн-проекта придверного пространства торгового комплекса
8. Проект разработки рекламной вывески
9. Проектирование витринной конструкции
10. Объемно-пространственное решение экспозиции выставки
11. Разработка дизайн-проекта экспозиции
12. Дизайн-проект наружной рекламы продуктового магазина
13. Разработка элементов журнальной и газетной рекламы
14. Разработка дизайн-проекта афиши для мероприятия
15. Разработка элементов полиграфической продукции: бейджи и визитки
16. Разработка рекламного проспекта специальности "Реклама"
17. Разработка элементов текстильной сувенирной продукции
18. Специфика использования широкоформатной печати на различных видах баннерной ткани
19. Особенности разработки и производства блокнота как элемента рекламной продукции

20. Особенности разработки и производства шариковой ручки как варианта сувенирной продукции
21. Особенности проектирования и производства папки для документов как элемента рекламной продукции
22. Специфика разработки и производства сувенирной продукции компании
23. Специфика разработки и производства сувенирной продукции компании на примере значков
24. Особенности проектирования и производства фирменной одежды
25. Разработка фирменного стиля компании и сферы его применения
26. Оформление компакт-диска как имиджево-информационной рекламной продукции
27. Специфика разработки и производства фирменных бланков организации
28. Разработка словесного товарного знака и его графического начертания для компании
29. Разработка дизайн-проекта брендмауэра
30. Специфика разработки макета рекламной статьи для печатного журнала
31. Реклама как объект искусства
32. Творческая стратегия рекламы и ее компоненты.
33. Нетрафаретный, неформальный стиль рекламного обращения.
34. Юмор в рекламе и активизация позитивных эмоций у потребителя.
35. Теория и практика фоторекламы.
36. Изобразительные жанры рекламы
37. Современные технологии оформления витрин.
38. Составление рекламных текстов. Копирайтинг.
39. Производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации.
40. Разработка названий для товаров «Brand-name».
41. Стилистика рекламного заголовка, слогана и эхо-фразы.
42. Композиция рекламного сообщения.
43. Принципы создания рекламного текста.
44. Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение.
45. Рекламная листовка и рекламный буклет.
46. Язык бизнес-рекламы и потребительской рекламы.
47. Язык наружной и транзитной рекламы.
48. Язык печатной рекламы.
49. Язык радиорекламы.
50. Язык прямой почтовой рекламы.
51. Реклама и искусство.
52. Креатив и роль креатора в рекламном творчестве.

53. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе.
54. Создание телевизионной рекламы и кинорекламы.
55. Производство рекламного продукта для сети Интернет.
56. Основные конкурсы по креативу рекламных произведений.
57. Ведущие зарубежные и отечественные крейторы в области рекламы.
58. Основные экспериментальные методы тестирования рекламных сообщений на rozpoзнаваемость, узнавание, запоминаемость.
59. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта.
60. Жанр вывески. Жанрообразующие признаки рекламного плаката
61. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Выразительные средства речи и речевое воздействие. Фонетика и ритмика.
62. Типография: классы шрифтов, группы шрифтов, семейство шрифтов. Структура и единицы измерения шрифта.
63. Творческие и производственные технологии создания радиорекламы.
64. Физиологические возможности восприятия рекламного продукта, Понятие нетто-воздействия.
65. Преимущества изображения и преимущества текста.
66. Практические технологии фоторекламы.
67. Основы операторского искусства и сценарного мастерства.
68. Конструирование упаковки.

Примерная тематика курсовых проектов МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

1. Как подрабатывает современная молодежь (рекламный видеоролик)
2. Реклама компьютерной игры (рекламный видеоролик)
3. Реклама автомобиля (рекламный видеоролик)
4. Музыка в жизни человека (рекламный видеоролик)
5. Поклонники и фанаты (рекламный видеоролик)
6. Подготовка к World Skills (рекламный видеоролик)
7. Инцидент в жизни (рекламный видеоролик)
8. Реклама духов (рекламный видеоролик)
9. Презентационный ролик компьютерной игры (рекламный видеоролик)
10. Социальная реклама в защиту животных (рекламный видеоролик)
11. День народного единства (рекламный видеоролик)
12. Реклама компьютерного квеста (рекламный видеоролик)

13. Школьный учитель (рекламный видеоролик)
14. Реклама модной одежды (рекламный видеоролик)
15. Улыбка в нашей жизни (рекламный видеоролик)
16. Реклама онлайн магазина (рекламный видеоролик)
17. Соприкасаясь с творчеством (рекламный видеоролик)
18. Герой нашего времени (рекламный видеоролик)
19. Один день из жизни (рекламный видеоролик)
20. Реклама салона красоты (рекламный видеоролик)
21. Как отдыхает молодежь (рекламный видеоролик)
22. Социальная реклама: Интернет-зависимость (рекламный видеоролик)
23. Социальная реклама: о вреде ненатуральных продуктов (рекламный видеоролик)
24. Социальная реклама в защиту бездомных животных (рекламный видеоролик)
25. Социальная реклама: детские площадки (рекламный видеоролик)
26. Современные субкультуры (рекламный видеоролик)
27. Социальная реклама: защита окружающей среды (рекламный видеоролик)
28. Реклама продуктов питания (рекламный видеоролик)
29. Реклама «антикафе» (рекламный видеоролик)
30. Работа в ветеринарной клинике (рекламный видеоролик)
31. Реклама спортивных товаров (рекламный видеоролик)
32. Социальная реклама по защите окружающей среды (рекламный видеоролик)
33. Реклама продуктов народного промысла (рекламный видеоролик)
34. Профессиональный спорт (рекламный видеоролик)
35. Социальная реклама: не надо мусорить (рекламный видеоролик)
36. Реклама магазина спортивной одежды (рекламный видеоролик)
37. Не детское детство (рекламный видеоролик)
38. Эмоции в жизни человека (рекламный видеоролик)
39. Социальная реклама в защиту пушных зверей (рекламный видеоролик)
40. Презентационный ролик музыкального коллектива (рекламный видеоролик)
41. Реклама бакалейных продуктов (рекламный видеоролик)
42. Социальная реклама в защиту бездомных (рекламный видеоролик)
43. Социальная реклама: соблюдайте ПДД (рекламный видеоролик)
44. Отцы и дети (рекламный видеоролик)
45. Реклама музыкального инструмента (рекламный видеоролик)
46. Реклама аудиотехники (рекламный видеоролик)
47. О любви (рекламный видеоролик)
48. Социальная реклама: черствые сердца (рекламный видеоролик)
49. Как заставить себя учиться (рекламный видеоролик)
50. Социальная реклама в защиту детства (рекламный видеоролик)
51. Социальная реклама: зависимость (рекламный видеоролик)
52. Внутри молодежной компании (рекламный видеоролик)

53. Человек непростой судьбы (рекламный видеоролик)
54. Современная Золушка (рекламный видеоролик)
55. Я люблю жизнь (рекламный видеоролик)
56. Реклама виниловых проигрывателей (рекламный видеоролик)
57. Реклама косметики (рекламный видеоролик)
58. Реклама модной одежды (рекламный видеоролик)
59. Лучший преподаватель МФЮИ (рекламный видеоролик)
60. Интервью с однокурсниками МФЮИ (рекламный видеоролик)
61. Мой любимый корпус МФЮИ (рекламный видеоролик)
62. Один день из жизни КВН в МФЮИ (рекламный видеоролик)
63. Подготовка к какому-либо мероприятию» (рекламный видеоролик)
64. Один день первокурсника в МФЮИ (рекламный видеоролик)
65. Мой лучший друг в МФЮИ (рекламный видеоролик)
66. Я люблю МФЮИ (рекламный видеоролик)
67. Самый сложный предмет в МФЮИ (рекламный видеоролик)
68. Самый легкий предмет в МФЮИ (рекламный видеоролик)
69. Спорт в МФЮИ (рекламный видеоролик)
70. Фотовыставка в МФЮИ (рекламный видеоролик)
71. Музей МФЮИ (рекламный видеоролик)
72. Тяга к знаниям студентов МФЮИ (рекламный видеоролик)
73. Библиотека МФЮИ (рекламный видеоролик)
74. Почему я учусь в МФЮИ (рекламный видеоролик)
75. Рекламный отдел МФЮИ (рекламный видеоролик)
76. От-
дел молодежной политики креативный отдел МФЮИ (рекламный видеоролик)
77. Креативный отдел МФЮИ (рекламный видеоролик)
78. Приятного аппетита в МФЮИ (рекламный видеоролик)
79. Внимание! Говорит МФЮИ (радиокружок, рекламный видеоролик)
80. Внима-
ние! Показывает МФЮИ (отдел МФЮИ ТВ, рекламный видеоролик)
81. Внимание! Пишет МФЮИ (газета "Зачетка", рекламный видеоролик)
82. Студенческий совет МФЮИ (рекламный видеоролик)
83. Введение во Храм Пресвятой Богородицы (видеоролик)
84. "Английский клуб" в МФЮИ (рекламный видеоролик)
85. Киберспорт В МФЮИ (рекламный видеоролик)
86. Внима-
ние! Поет МФЮИ (Молодежный хор МФЮИ) (рекламный видеоролик)
87. Внима-
ние! Танцует МФЮИ (Кружок танцев МФЮИ) (рекламный видеоролик)
88. Музей битвы под Москвой 1941-
1942 гг. в МФЮИ (рекламный видеоролик)
89. Внима-
ние! Фотографирует МФЮИ (Выставка студенческих фотографий в МФЮИ,
рекламный видеоролик)

90. Реклама тату салона (рекламный видеоролик)
91. Реклама собачьего корма (рекламный видеоролик)
92. Работа в McDonalds (рекламный видеоролик)
93. День кредитного специалиста, или как я оформляю мошенника (рекламный видеоролик)
94. Работа тату салона (рекламный видеоролик)
95. Телевизор и мы (рекламный видеоролик)
96. Как отдыхает современная молодёжь (рекламный видеоролик)
97. Интернет-зависимость (рекламный видеоролик)
98. Как зарабатывают студенты (рекламный видеоролик)
99. Защита окружающей среды (рекламный видеоролик)
100. Соприкасаясь с творчеством (рекламный видеоролик)
101. Салон красоты Матильда (рекламный видеоролик)
102. Реклама духов Pour Vous (рекламный видеоролик)
103. Нарращивание волос от Дуровой Юлии (рекламный видеоролик)
104. День из жизни современного молодого человека (рекламный видеоролик)
105. Помощь бездомным животным (рекламный видеоролик)
106. Тренировка (рекламный видеоролик)
107. Проблемные родители (рекламный видеоролик)
108. Спортивный инвентарь (рекламный видеоролик)
109. Детская обувь (рекламный видеоролик)
110. Приглашение на концерт (рекламный видеоролик)
111. Культурно развиваемся с МФЮИ (рекламный видеоролик)
112. Рекламный видеоролик изостудии "Радуга"
113. Ювелирный салон "Монарх" (видеоролик)
114. Рекламный видеоролик магазина детской обуви "Botik&Botik"
115. Рекламный видеоролик спортивной секции по вольной борьбе
116. Рекламный видеоролик декоративной косметики
117. Музыка в жизни человека (рекламный видеоролик)
118. Рекламный видеоролик тортов и пирожных "Royal Baker"