



ое образовательное учреждение
высшего образования
Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса

**РЕКОМЕНДАЦИИ
по написанию и оформлению
курсовой работы
по дисциплине
«Теория и практика связей с
общественностью»**

Для студентов очной и заочной форм обучения

Курск - 2018

*Печатается по решению
учебно-методического совета
ЧОУ ВО «Курский институт
менеджмента, экономики и бизнеса»*

Веровкина Ю.И. Рекомендации по написанию и оформлению курсовой работы по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» для студентов очной и заочной форм обучения. Учебно-методическое пособие. – Курск: Изд-во МЭБИК, 2018. – с.32

Рецензенты:

В учебно-методическом пособии изложены подробные рекомендации по написанию и техническому оформлению курсовых работ по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью». Приведены примерные темы, которые можно разрабатывать в дальнейших выпускных квалификационных работах.

© Веровкина Ю.И.

© МЭБИК, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Подготовка, написание и защита курсовой работы.....	6
Выбор темы курсовой работы.....	7
Подбор и изучение литературы.....	7
Составление плана курсовой работы.....	8
Содержание курсовой работы.....	9
Сбор и анализ практического материала.....	12
Написание курсовой работы.....	13
Оформление курсовой работы.....	14
Защита курсовой работы.....	19
Приложение А.....	21
Приложение Б.....	23
Приложение В.....	30
Приложение Г.....	31

Введение

В соответствии с учебными планами МЭБИК обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью» выполняют курсовую работу по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью».

Целью написания курсовой работы по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью» является изучение избранной студентом темы на основе рекомендованной основной и дополнительной литературы, самостоятельное изложение освоенного материала, сочетающего теоретические и практические вопросы по актуальным проблемам курса. В процессе написания курсовой работы происходит систематизация, закрепление и расширение знаний и навыков, приобретение опыта самостоятельной работы по организации поиска необходимой научной литературы, сбору и обработке информации в пределах конкретной темы исследования, изучение зарубежного опыта функционирования рынков капиталов и банковских услуг.

При написании курсовой работы по исследованию конкретных вопросов в рамках дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» студенты должны показать умение работать со специальной литературой, использовать современные методы исследования, четко и логично излагать материал исследования, формулировать собственные выводы и предложения.

Выполнение курсовой работы включает следующие задачи:

- Углубление знаний студентов по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью», полученных ими в процессе теоретических и практических занятий.

- Приобщение к научно-исследовательской работе.
- Выработка навыков самостоятельного анализа данных, характеризующих PR-деятельность, сведений, полученных из периодической печати.
- Выработка умений делать собственные выводы и предложения по теме исследования.

Данные методические указания ставят своей целью помочь студентам правильно выбрать тему, составить план, изложить изученный материал в соответствии с планом, оформить библиографию и подготовить к защите курсовой работы.

Подготовка, написание и защита курсовой работы

Подготовка курсовой работы состоит из следующих этапов:

1. выбор темы курсовой работы;
2. составление плана работы и согласование его с научным руководителем;
3. подбор литературных источников;
4. изучение литературы, подбор практического материала (по деятельности конкретной организации, данных периодической печати, характеризующих современное тенденции и т.д.);
5. систематизация и аналитическая обработка собранного фактического материала;
6. написание курсовой работы;
7. защита курсовой работы.

Выбор темы курсовой работы

Тему курсовой работы студент выбирает самостоятельно из перечня, утвержденного кафедрой «Управления и связей с общественностью» (список тем приведен в приложении А). При выборе темы для курсового исследования следует исходить из ее актуальности, возможности получения конкретных данных, наличия специальной литературы, круга интересов студента, а также возможности дальнейшей разработки в выпускной квалификационной работе. После выбора темы необходимо приступить к следующему этапу работы над курсовым исследованием.

Подбор и изучение литературы

Подбор литературы — это самостоятельная работа студента, успех которой во многом определяется умением

пользоваться каталогами, библиографическими пособиями, справочными изданиями. В приложении Б приводится примерный список литературы, которую можно использовать при написании работы, а также список изданий периодической печати, откуда можно получить сведения о современном состоянии PR-деятельности.

На начальном этапе ознакомления с материалами темы следует использовать учебную литературу, материалы лекций, статей, монографий.

Этот этап необходим для составления плана курсовой работы и получения общего представления о ее содержании.

Составление плана курсовой работы

План курсовой работы должен быть тщательно продуман и составлен на основе предварительного ознакомления с литературой.

Курсовая работа обычно включает:

- Введение;
- 3 главы, содержащие основные вопросы, отражающие содержание темы, состоящие из 3-х параграфов;
- Заключение;
- Список использованных источников и литературы;
- Приложения (если они необходимы).

При подготовке плана необходимо наметить вопросы, которые подлежат рассмотрению, дать названия главам и определить последовательность изложения вопросов. План рекомендуется представить научному руководителю для ознакомления.

Содержание курсовой работы

Курсовая работа должна быть написана грамотно, не содержать орфографических ошибок, материалы

литературных источников должны быть переработаны, увязаны с избранной темой исследования.

Во введении должна быть обоснована актуальность выбранной для курсового исследования темы работы, цели и задачи курсовой работы, которые ставит перед собой студент при ее написании. В конце введения приводится краткий обзор литературы и авторов (отечественных и зарубежных), занимающихся данной проблемой с оценкой ее разработанности на данном этапе; очерчиваются границы исследования; указываются методы, с помощью которых проводилось исследование.

Примерный объем введения не более 2-х страниц.

Основная часть должна содержать **три** главы: теоретическую, аналитическую и практическую, главы подразделяются на несколько параграфов, исходя из логики исследования.

В первой главе работы рассматриваются теоретические основы исследуемой темы, раскрывается сущность изучаемых процессов и ключевых категорий, анализируется научный вклад ученых, которые занимались разработкой данной проблемы, проводится сопоставление различных точек зрения, позиций и подходов к проблеме и обосновывается позиция автора курсовой работы, дается аргументация авторского видения проблемы, раскрываются закономерности и тенденции изучаемого процесса, специфика их осуществления в современных пространственно-временных условиях.

Во второй главе студент должен рассмотреть методические основы анализа разрабатываемых и принимаемых решений, сопоставить различные методики анализа. В данной главе должны быть указаны конкретные методы анализа с рассмотрением показателей и их описанием. В данной главе дается характеристика существующих методов решения задач и подходов к исследуемой проблеме. В зависимости от цели и задач курсовой работы в данной главе приводятся базовые характеристики объекта исследования.

Третья глава работы должна служить содержать иллюстрации и подкреплением теоретических положений темы, в ней следует изложить существующую практику решения рассматриваемой проблемы, раскрыть сущность конкретного подхода (метода, модели, инструмента и т.п.). При этом следует широко использовать статистическую и другую информацию, аналитические материалы специальных агентств, официальных сайтов учреждений и др. Необходимо иметь в виду, что в курсовой работе нужно дать анализ фактического материала за последние 2—3 года.

Данная глава курсовой работы должна иметь рекомендательный характер и содержать результаты авторского осмысления темы. Она строится на основе результатов анализа фактологического материала, обобщения опыта аналогичных рекомендаций и использования специальной литературы. В ней выделяются основные группы предложений, вытекающих из предыдущего изложения и рекомендуемых для эффективного решения исследуемых проблем. Рекомендации могут быть поделены на группы организационно-технического, организационно-управленческого, организационно-экономического и методического характера.

Если работа посвящена теоретическим вопросам, то больший акцент делается на освещение современных подходов к решению проблемы.

В заключении (1—2 страницы) приводятся основные выводы и рекомендации, отражающие позицию студента по выбранной проблеме.

Список использованных источников должен содержать не менее 20 наименований. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке курсовой работы и на которые имеются ссылки в работе.

Сбор и анализ практического материала

В курсовой работе важно показать умение анализировать цифры и факты; умение их обрабатывать; самостоятельно составлять таблицы, диаграммы и выявлять тенденции в развитии PR-сферы. Для этого желательно изыскать возможности статистического и фактического материалов деятельности PR-агентств. Работа во многом будет актуальней, если анализ будет произведен также и на основе местного материала.

Собираемый материал для последующего использования необходимо сгруппировать в соответствии с планом курсовой работы, расположить его так, чтобы потом было легко проанализировать и сопоставить позиции отдельных авторов по тому или иному вопросу, извлечь из прочитанного все то, что может быть использовано при дальнейшей работе над темой.

В процессе отбора материала и работы над ним у студентов постепенно вырабатывается аналитический подход к изучаемой проблеме, что весьма важно для написания работы.

Написание курсовой работы

Написание курсовой работы наиболее трудоемкий и сложный этап работы над темой, требующий сосредоточенности и упорного труда.

Основному тексту в курсовой работе предшествует введение, объем которого составляет от 1 до 2-х страниц рукописи.

Изложение вопросов должно быть последовательным, логичным после оформления вопроса плана в качестве заголовка.

При написании курсовой работы не всегда целесообразно использовать весь законспектированный и собранный материал. Лучше отобрать из собранного материала основные данные, позволяющие четко и обоснованно раскрыть тему.

Излагать материал в курсовой работе рекомендуется

самостоятельно, своими словами, не допуская переписывания из литературных источников.

В заключительной части курсовой работы четко формулируются выводы и предложения, вытекающие из содержания рассматриваемой проблемы. По объему заключительная часть не должна превышать 1,5-2 страницы.

Оформление курсовой работы

Оформление текста работы. Работа выполняется на белом стандартном листе бумаги формата А4 210x297 мм (на одной стороне). Текст работы набирается на компьютере – 14 кеглем Times New Roman, через 1,5 интервала; поля: сверху и снизу – по 2 см; слева – 3; справа – 1; абзацный отступ – 1,25.

Страницы курсовой работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Каждый структурный элемент курсовой работы (введение, главы, заключение, список использованных источников и литературы, приложения) следует начинать с новой страницы. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы проставляют в центре верхней части листа без точки.

Правила оформления заголовков. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание глав и пунктов. Заголовки глав следует печатать с абзацного отступа прописными буквами без точки в конце, не подчеркивая. Переносы в заголовках не допускаются. Нельзя писать заголовков в конце страницы, если на ней не умещаются 2–3 строки идущего за заголовком текста. Заголовки параграфов печатают с прописной буквы без точки в конце.

Оформление приложений. Иллюстрации, таблицы, текст вспомогательного характера, копии документов, фотографии и другие материалы, дополняющие текст

курсовой работы допускается давать в виде приложений. Приложение оформляют как продолжение курсового исследования на последующих его листах. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине слова «Приложение», после которого следует заглавная буква русского алфавита, обозначающая его последовательность. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично тексту с прописной буквы отдельной строкой. Если в работе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки, например: «...в приложении В».

Оформление таблиц и иллюстраций:

-нумерация рисунков и таблиц допускается сквозная (Таблица 1, Таблица 2 и т.д.);

-схемы, диаграммы, графики и т.п. являются рисунками (например: Рисунок 1 – Процесс принятия решения в кризисной ситуации); рекомендуется выполнение графиков, диаграмм, схем посредством использования компьютерной печати, желательно в цвете;

-при нумерации таблицы или рисунка знак «№» не ставится, точка после цифры также не ставится;

-в графах таблицы нельзя оставлять свободные места; следует заполнять их либо знаком «—», либо писать «нет», «нет данных»;

-таблица размещается на одной странице (не разрывается), если позволяет ее размер (таблица размещается вслед за ссылкой на нее, либо на следующей странице);

-все таблицы и рисунки должны иметь тематические названия (название пишется **НАД** таблицей – слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером; и **ПОД** рисунком – посередине в одну строку с ее номером, ниже подрисовочных пояснений);

-на все таблицы и рисунки должны быть ссылки в тексте; при ссылке следует писать слово «таблица» или

«рисунок» с указанием ее (его) номера;

-рисунки (как и таблицы) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Пример оформления таблицы

Таблица 1. Определение индекса приоритетности

Аудитория или общественно сть: $P+Y=B$	общественно сть: $P+Y=B$ P – потенциально сть влияния организации на них (шкала от 1 до 10)	общественно сть: $P+Y=B$ P – потенциально сть влияния организации на них (шкала от 1 до 10) Y – уязвимость организации от их влияния (шкала от 1 до 10)	B – важность аудитории для организац ии
---	--	--	--

Таблица 2. Ошибка выборки в зависимости от числа опрошенных людей

Выборка (количество людей)	10	20	40	60	75	100	150	4000
Ошибка выборки в %	11	8	6	5	4	4	3	2

Пример оформления рисунка



Рисунок 1. Комплекс ПР

Правила оформления ссылок. Ссылка – это выдержка, изложение, вывод из источника и/или указание на источник. Ссылки используют при цитировании, при заимствовании цифрового материала, таблиц, при указании на источник, где изложен анализируемый вопрос, при анализе и обобщении различных точек зрения и пр. Для связи ссылки с источником служат квадратные скобки, в которых указывается порядковый номер источника в списке литературы и через запятую – страница. Например, «приведенные данные взяты из [3, с.9]», или: «В работах многих авторов [2, с.5; 3, с. 89; и др.] ...», или «По мнению Э. А. Смирнова [6, с.5]...» и т.д.

Оформление списка использованной литературы

Описание источников, включенных в список, выполняется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

Нумерация всей использованной литературы сплошная от первого до последнего источника.

Список использованных источников и литературы необходимо составлять в следующем порядке: Законы РФ и постановления правительства РФ, нормативные акты и инструкции, законы и справочная литература (в алфавитном порядке). Затем перечисляются все остальные источники, также в алфавитном порядке. На каждый источник должна быть ссылка в тексте. Пример оформления списка использованных источников:

Описание книги одного автора

Алехин, Э.В. Регулирование ПР-деятельности: Учебное пособие / Э.В. Алехин. – Пенза, 2011. – 133 с.

Описание книги двух авторов

Чукреев, П.А., Корытова Е.В. Занятость населения и её регулирование: Учеб. пособие. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2010. – 212 с.

Описание книги без указания авторов

Теория и практика связей с общественностью: Учебник 2-е изд. перера. и дополн./ под ред. проф. Кокина Ю. П., проф. Шлендера П. Э. – М.: Магистр, 2010 – 686 с.

Описание статьи из журнала

Вавулин, Д.А., Федотов В.Н. О стратегической цели и системе целевых показателей развития регионов России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – №28. – С. 44-49.

Описание законодательных материалов

Конституция Российской Федерации: офиц. текст. - М.: Маркетинг, 2010. - 39 с.

Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации. - М.: Проспект, 2010. – 160с.

Защита курсовой работы

Выполненная курсовая работа сдается на кафедру, где регистрируется, а затем направляется на рецензию к научному руководителю.

Ориентиром в подготовке к защите курсовой работы являются замечания в тексте рецензии научного руководителя. К защите допускаются курсовые работы только с положительной оценкой.

Студенту необходимо тщательно подготовиться к защите: ознакомиться с рецензией и в соответствии с замечаниями рецензента внести необходимые дополнения и исправления. Подготовить выступление, в котором кратко (в течение 5–6 минут) сообщить о целях, содержании и результатах работы. Студент должен уметь ответить на дополнительные вопросы, задаваемые с целью выяснения знания материала и способности защитить свои предложения, отраженные в заключительной части курсовой работы.

Положительная оценка ставится по итогам защиты курсовой работы, исходя из ее содержания, выступления

студента и его ответов на вопросы при защите. В результате ставится дифференцированная оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). При неудовлетворительной оценке студент не допускается к экзаменам и обязан переделать работу.

Приложение А**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ «Теория и практика связей с
общественностью»**

1. Основные виды специальных PR-мероприятий;
2. Характеристика особенностей формирования и развития российской Школы «публик рилейшнз»;
3. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение;
4. Различные критерии оценки эффективности PR;
5. Основные элементы, приемы, методы и правила разработки коммуникационных и информационных технологий;
6. Особенности использования средств коммуникации в кризисных коммуникациях;
7. Виды средств коммуникаций и характеристика эффективности воздействия каждого из них на целевые и ключевые аудитории;
8. Влияние психологического воздействия на динамику и направление активности социальных групп в обществе;
9. Влияние социокультурных факторов на проведение кампаний в сфере связей с общественностью;
10. Влияние средств массовой информации на массовое сознание;
11. Использование тендерных стереотипов при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
12. Значение фольклора и постфольклора в связях с общественностью;
13. Использование мифов при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
14. Проблема манипулятивных технологий при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
15. Психолингвистические технологии в связях с общественностью;
16. Роль стереотипов в связях с общественностью;

17. Сравнительная характеристика рекламы, связей с общественностью и маркетинга;
18. Проблема массового сознания в информационном обществе;
19. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью;
20. Потребитель как целевая аудитория связей с общественностью и рекламы;
21. PR - технологии в общественной эколого-ориентированной деятельности;
22. Формирование имиджа в профессиональной эколого-ориентированной деятельности (экологический аудит, мониторинг, экологическое образование и т.д.);
23. Связи с общественностью в экологической сфере;
24. Создание и продвижение бренда в сфере спорта;
25. Организация кампании по связям с общественностью футбольного клуба;
26. Связи с общественностью как функция органов государственной власти;
27. Связи с общественностью как ключевой элемент социально-этического маркетинга;
28. Средства связей с общественностью в регулировании межконфессиональных отношений;
29. Применение невербальной коммуникации в области связей с общественностью;
30. Критерии, показатели и уровни формирования позитивного имиджа высшего учебного заведения;
31. Проблемы восприятия потребителем рекламных, носителей при проведении кампании по связям с общественностью;
32. Психологическая безопасность личности в сфере связей с общественностью;
33. Проблемы организации кампании по связям с общественностью в муниципальных органах власти;
34. Проблемы взаимоотношений специалистов в сфере связей с общественностью и журналистского сообщества;
35. Организация и проведение кампаний по связям с

- общественностью в сфере туризма;
36. Разработка новых подходов при проведении кампаний по связям с общественностью в социальной сфере;
37. Разработка концепции кампании по связям с общественностью в целях пропаганды борьбы с наркотической зависимостью;
38. Критерии, показатели и уровни формирования позитивного имиджа сотрудников специальных служб;
39. Связи с общественностью в социальной сфере как один из важных инструментов работы с населением;
40. Особенности проведения кампании по связям с общественностью в сфере шоу-бизнеса;
41. Соотношение понятий «связи с общественностью» и «пропаганда»;
42. Связи с общественностью в сфере работы с молодежью;
43. Современные коммуникационные технологии в связях с общественностью;
44. Перспективы и пути развития связей с общественностью;
45. Социальная ответственность бизнеса как проект по связям с общественностью в социальной сфере;
46. Проблемы образования в сфере связей с общественностью;
47. PR-деятельность и особенности деловой культуры отечественного бизнеса: стереотипы и основные тенденции развития;
48. Новые технологии PR и практика их внедрения (на примере деятельности одного из агентств);
49. Использование современных научных исследований в практике PR в Российских условиях;
50. Особенности рекламной коммуникации в PR;
51. Особенности деятельности отделов PR в госучреждениях, политических и общественных структурах (сравнительный анализ);
52. Взаимодействие служб PR со СМИ, проблемы и перспективы (отечественный опыт)
53. Работа департамента PR в Российских коммерческих

структурах;

54. Коммуникативная компетентность сотрудника PR

55. Условия и факторы эффективной работы специалиста по связям с общественностью;

56. Проницательность как основа профессиональной деятельности специалиста по PR;

57. Корпоративное позиционирование организации с помощью PR-инструментария;

58. Избирательные компании как PR-акция;

59. Применение PR-технологий в лоббировании интересов социальных организаций;

60. Использование антикризисных PR-технологий в социальной организации;

Приложение Б

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с. (ЭБС «Знаниум»)

2. Марков А.А. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, З.Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с. (ЭБС «Знаниум»)

3. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2014. - 329 с. (ЭБС «Знаниум»)

Дополнительная литература

1. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика [Текст] / А.Н.

Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело АНХ, 2010. – 608 с.

2. Папкина, О.В. Связи с общественностью [Текст] / О.В. Папкина. – М.: Академия, 2010. – 112 с.

3. Фролов, С.С. Связи с общественностью в работе фирмы.

Стратегия, коммуникация, имидж, брендинг [Текст] / С.С. Фролов. – М.: Либроком, 2011. – 368 с.

4. Кузнецов, П.А. Связи с общественностью для бизнеса: практические приёмы и технологии [Текст] / П.А. Кузнецов. – М.: Дашков и Ко, 2011. – 296 с.

5. Абрамов, Р.Н. Связи с общественностью [Текст] / Р.Н. Абрамов, Э.В. Кондратьев. – М.: КноРус, 2012. – 272 с.

Периодическая литература

"Пиар в России" - профессиональный журнал о сценариях и технологиях современных public relations.

"Советник" - журнал о связях с общественностью и рынке PR

"Служба PR" - Журнал адресован работникам пресс-служб, отделов по связям с общественностью государственных и коммерческих структур, специалистам консалтинговых фирм.

"Пресс-служба" - Журнал для пресс-секретарей, руководителей пресс-служб и специалистов по связям с общественностью

Электронные ресурсы

- Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP): (www.sbg.ac.at/cerp);
- Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA): (www.ipranet.ru);
- Российский PR-портал. Российская Ассоциация по связям с общественностью (www.raso.ru);
 - Открытые бизнес-методики и технологии «Рекламное Измерение»(www.trischance.spb.ru);
 - Международный пресс-клуб (pressclub.host.ru);
 - Институт научной информации по общественным наукам (www.inion.ru);
 - Рубрикон – информационно-энциклопедический проект компании «Русс портал» (www.Rubricon.com)
 - Каталог российских СМИ (www.smi.ru)

Приложение В

Образец оформления титульного листа курсовой работы

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и
бизнеса»

Факультет подготовки бакалавров

Дисциплина:
Теория и практика связей с
общественностью

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему:

Исполнитель		/		/
	(подпись)		(И.О.Ф.)	
Руководитель		/		/
	(подпись)		(И.О.Ф.)	

Курск – 2018

Приложение Г

		Содержание	
		↑ двойной интервал ↓	
Введение.....			Стр 3
1. ...			5
	1.1. ...		5
	1.2.
	1.3.
2.
	2.1.
	2.2.
	2.3.
3.
	3.1
	3.2.
	3.3.
Заключение....			...
Список использованных источников.....			...
Приложения.....			...

Список использованных источников

1. ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».
2. ГОСТ 2.105-95 «Общие требования к текстовым документам»
3. ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»
4. ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»
5. ГОСТ 7.80-2000. «Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления»