

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов»*

Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины

КУРСОВАЯ РАБОТА

Рекомендуется для направления подготовки

Магистратура 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
(указываются код и наименования направления подготовки специальности и/или профиблей (специализаций))

Направленность программы (профиль)

«Рекламный менеджмент» и «Управление связями с общественностью»
(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

1. Цели и задачи дисциплины:

В рамках данной курсовой работы студенты магистратуры проводят научное исследование по теме своей ВКР.

Цель – изучить тему ВКР с применением общенаучных и специальных методов исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина курсовая работа относится к *вариативной* части блока Б1.О.02.12 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции			
	УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Маркетинговые исследования В2В - В2С рынков Управление медиамиксом Эффективность рекламных кампаний Научно-исследовательская работа (НИР)	Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
	УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии Интегрированные бренд-коммуникации Научно-исследовательская работа (НИР)	Учебная (проектная) практика Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
Профессиональные компетенции			

	<p>ПКО-2 - Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды</p>	<p>Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR Digital-маркетинг Интегрированные бренд-коммуникации Управление медиамиксом Эффективность рекламных кампаний Научно-исследовательская работа (НИР)</p>	<p>Производственная (аналитическая) практика Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>
	<p>ПКО-3 - Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков Научно-исследовательская работа (НИР)</p>	<p>Производственная (аналитическая) практика Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПКО-2 - Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды

ПКО-3 - Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

Основы научного исследования

Уметь:

проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью;
собирать, анализировать и реферировать научные источники по теме;
собирать, изучать, систематизировать эмпирический материал по теме;
применять общенаучные и специальные методы научного исследования.

Владеть:

Навыками письма в научном стиле;

Навыками оформления результатов исследования.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Аудиторные занятия (всего)	0	0			
В том числе:	-	-	-	-	-
<i>Лекции</i>	0	0			
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	0	0			
<i>Семинары (С)</i>	0	0			
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0			
Самостоятельная работа (всего)	54	54			
контроль	18	18			
Общая трудоемкость	час	72	72		
	зач. ед.	2	2		

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА
Экономического факультета
Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по подготовке курсовой работы

Москва 2021

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

- Выбор темы и научного руководителя курсовой работы.
- Подача заявления, подписанного научным руководителем и заведующим кафедрой, в деканат.
- Составление плана курсовой работы, библиографии, ознакомление с источниками (литературой и интернет-материалами), относящимися к теме курсовой работы.
- Сбор, обработка и анализ полученной информации.
- Разработка предложений и рекомендаций, формулирование выводов.
- Оформление курсовой работы в соответствии с установленными требованиями.
- Представление работы на проверку научному руководителю.
- Проверка работы на предмет заимствования в системе «Антиплагиат. РУДН».
- Сдача курсовой работы на кафедру.

Все курсовые работы подлежат обязательной библиографической и интернет-проверке через систему «Антиплагиат.РУДН».

Автор курсовой работы несет полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведенного исследования. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

Работа, заимствованная в сети Интернет (полностью или частично) и/или повторяющая тексты книг, не принимается и направляется на полную переработку со сменой темы, а ее автор несет дисциплинарное наказание.

Научный руководитель курсовой работы не является ни соавтором, ни редактором, и не должен исправлять орфографические, пунктуационные, стилистические и иные ошибки.

ГРАФИКИ РАБОТЫ НАД КУРСОВЫМИ РАБОТАМИ (осенний семестр)

Загрузка электронного вида работы в систему «Антиплагиат.РУДН» для проведения библиографической и интернет-проверки – до 15 декабря 2021 г.

Сдача готовой работы на кафедру с подписью от научного руководителя, с листом балльно-рейтинговой аттестации и справкой из системы Антиплагиат – до 20 декабря 2021 г.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Стандартный объем курсовой работы составляет 25-30 страниц текста без учета приложений.

Работы более 30 страниц не приветствуются.

Курсовая работа должна включать в указанной ниже последовательности следующие части:

- титульный лист,
- содержание (оглавление),
- введение,
- основную часть работы (разбитую либо на 3 главы с 3 параграфами внутри, либо на 3 раздела с 3 подразделами),
- заключение,
- список использованных источников,
- приложения.

Титульный лист курсовой работы должен содержать следующие реквизиты:

- название университета, факультета (института);
- специальность, название кафедры;
- название темы курсовой работы;
- данные о студенте, выполнявшем работу;
- данные о научном руководителе (ф.и.о., ученая степень, звание или должность);
- место и год выполнения работы.

Пример оформления титульного листа курсовой работы см. в Приложении 1.

Содержание включает введение, наименование всех разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименование), заключение, список использованных источников и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы курсовой работы. Как правило, в содержании выделяют три раздела (главы), которые разбиваются на подразделы (параграфы).

Образец оформления «Содержания» курсовой работы см. в Приложении 2.

Во введении дается общая характеристика курсовой работы.

Структура введения:

- актуальность темы,
- краткая оценка современного состояния рассматриваемой проблемы,
- объект исследования,

- ♦ предмет исследования,
- ♦ цель данной работы,
- ♦ задачи исследования,
- ♦ методы исследования,
- ♦ степень изученности проблемы (анализ уровня разработанности проблемы, оценка литературы (в том числе периодики в Интернет по избранной тематике), характеристика информационной базы курсовой работы),
- ♦ практическая значимость исследования,
- ♦ структура работы (описание структуры работы с кратким указанием содержания глав).

Объем введения около 2-3 страниц.

Основная часть, как правило, состоит из трех глав.

Первая глава носит теоретико-методологический характер. Здесь можно дать историю вопроса, показать степень его изученности на основе обзора соответствующей отечественной и зарубежной литературы, в том числе материалов профессиональной периодики и интернет-источников.

В первой главе должны быть рассмотрены основные понятия, раскрыта сущность изучаемого явления или процесса, уточнены формулировки и определения и др.

По объему первая глава, как правило, не должна превышать 30 – 35 % основной части.

Содержание второй и третьей глав носит более прикладной характер. Здесь анализируется практический опыт проведения рекламно-коммуникационных кампаний, отражаются результаты изучения конкретных материалов, формулируются рекомендации для возможного практического применения полученных данных. Объем этой части курсовой работы – 30-35 % основной части. В конце каждой главы подводятся основные выводы и заключения по главе.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования. Оно должно содержать:

- ♦ изложение основных результатов работы и их оценку;
- ♦ общие выводы по главам и разделам;
- ♦ перспективы дальнейшей разработки темы.

Выводы должны быть по всей работе, написанные по пунктам в последовательности, соответствующей порядку выполнения практической части, а также краткими, четкими, не перегруженными цифровым материалом.

Выводы общего порядка, не вытекающие из результатов и содержания курсовой работы, не допускаются.

Примерный объем заключения 2-3 страницы.

Список использованных источников дается после заключения.

В список входят не только те источники, которые цитируются в работе, но и все материалы, изученные при подготовке курсовой работы.

Список оформляется в алфавитном порядке по фамилии автора или заглавий изданий (если автор не указан).

Отдельно выделяются книги, периодические издания и интернет-источники.

В описании статей обязательно указываются название журнала, где они опубликованы, год, номер.

Список литературы, как правило, включает в себя примерно 15-30 источников (в том числе интернет-источники).

Требования к оформлению списка использованных источников

В разделе «Список использованных источников» источники и литература на иностранных языках приводятся в соответствующем разделе списка после кириллического алфавитного ряда. Издания указываются в латинском алфавите.

Список имеет сквозную единую нумерацию, следующую через все разделы.

Структура списка:

1) Нормативно правовые документы (указываются в порядке из значимости): законодательные материалы, делопроизводственные документы, статистические источники, источники личного происхождения (мемуары, дневники, переписка), стандарты, правила, инструкции, архивные документы.

2) Книги, статьи, электронные ресурсы на русском языке: монографии, сборники, многотомные издания, учебно-методическая литература, статьи из сборников и периодических изданий, авторефераты диссертаций, в том числе и на электронных носителях, сайты, порталы.

3) Книги, статьи, электронные ресурсы на иностранном языке.

Примеры библиографического описания:

Нормативно-правовые акты

О защите прав потребителей: федер. закон от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) // Российская газета. – 2018. – № 32. – С. 4-14.

О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: федер. закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ // Собр. законодательства РФ. – М.: Дрофа, 2016. – 1544 стр.

Книга с одним автором

Фамилия, И.О. Название книги/ И.О. Фамилия – М.: Издательство, 2018. – 300 с.

Книга с двумя или тремя авторами

Иванов, И.И. Современная экология/ И.И. Иванов, П.П. Петров – Спб.: Издательство, 2016. – 404 с.

Книга с 4 и более авторами

Иванов П.С. Современная психология/ П.С. Иванов [и др.] – Ярославль: Издательство, 2015 – 234 с.

Статья в журнале

Иванова, Е.Е. Кризис в коммуникации PR-агентства / Е.Е. Иванова // Коммуникология. – 2018. - №2 – С. 31-34.

Если у статьи несколько авторов, перечислять их нужно в соответствии с теми же правилами, по которым перечисляются авторы книг.

Электронный ресурс

Сорокина М.В. Родительские установки [Электронный ресурс] / название ресурса, срок его существования. – Режим доступа: <https://gestaltclub.com/articles/obsaa-psihologia/10105-roditelskie-ustanovki> (25.04.2018)

В работу желательно включать **приложения**. **Приложения** носят практический характер, могут быть цветными и должны располагаться за списком литературы. В приложениях приводится вспомогательный материал: расчеты, таблицы, анкеты, иллюстрации и т.п.

Каждое приложение должно иметь четко сформулированный заголовок, отражающий содержание приложения. В правом верхнем углу проставляется его номер, например: Приложение 1, Приложение 2 и т.д.

В тексте курсовой работы ссылки на приложения указываются в скобках, например: (см. Приложение 1).

Приложения необходимо располагать в порядке расположения ссылок в тексте.

Сноски (ссылки) на первоисточники могут быть оформлены следующим образом:

- по окончании цитаты в скобках указывается порядковый номер источника в списке и через запятую номер страницы, например, [5, с. 219];
- постраничная сноска: делается под чертой внизу той страницы, где заканчивается цитата или изложение чужой мысли. Указываются фамилия, инициалы автора, название работы, издательство, место и год издания, номер страницы, на которой размещен цитируемый фрагмент, например, Иванов П.С. Современная психология/ П.С. Иванов [и др.] – Ярославль: Издательство, 2015. С. 211.

Если дается не цитата, а вольное изложение мысли, то используется помета «См.» и далее дается сноска, например: См. Иванов П.С. Современная психология/ П.С. Иванов [и др.] – Ярославль: Издательство, 2015. С. 211.

Нумерация сносок должна быть сквозной.

Шрифт сносок – Times New Roman, размер шрифта -10.

Количество сносок должно быть достаточным – 20 - 30 на стандартную курсовую работу. На все цифровые и прочие данные, а также прямую речь сноски должны быть сделаны в обязательном порядке. Если цифры и данные определены автором, это также должно быть указано.

Более подробную информацию с примерами оформления списка использованных источников смотрите на сайте Учебно-научного информационного библиотечного центра РУДН: <http://lib.rudn.ru/file/%D0%9E%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D1%81%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0%20%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D1%8B.pdf>.

Чертежи, схемы, графики, рисунки, поясняющие излагаемый материал, в работе обозначаются словом «Рис.». Это слово вместе с номером и необходимым названием графика, схемы (или другой иллюстрации), а также пояснениями к ним помещаются ниже иллюстрации. Нумеровать иллюстрации, таблицы следует порядковой нумерацией.

Таблицы имеют отдельную нумерацию: сверху справа пишется «Таблица 1», ниже по центру – название таблицы.

Разрывать таблицу и переносить часть ее на другую страницу можно только в том случае, если она целиком не уместится на одной странице. При этом на другую страницу переносится и шапка таблицы, а также заголовок. Если таблица заимствована, делается обязательная сноска на первоисточник. Сноска на источник дается под таблицей. Шрифт – Times New Roman, размер шрифта -10.

Если таблица составлена автором курсовой работы, это также указывается внизу таблицы. Это же правило оформления источников относится и к использованию рисунков в работе.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

После согласования окончательного варианта курсовой работы с научным руководителем работу оформляют в папку (ВНИМАНИЕ: каждую страницу в отдельные файлы не помещать).

При написании работы используют текстовый редактор Microsoft Word. Выбирают следующие параметры страниц:

- формат А4 (210x297 мм);
- ориентация книжная;
- поля страницы: левое – 30 мм; правое - 15 мм; верхнее – 20мм; нижнее - 20мм;
- в одной строке примерно 60-65 символов с учетом пробелов, количество строк на странице – около 30;
- нумерация страниц – сквозная, внизу/вверху посередине листа;
- номер страницы на титульном листе не ставится;

- нумерация начинается со второго листа (ставится номер «2») и заканчивается последним;
- шрифт - Times New Roman, 14 пунктов, обычный;
- выравнивание по ширине страницы;
- абзацный отступ 1,27 (5 знаков);
- интервалы междустрочный полуторный, перед и после абзаца 0;
- текст размещается на одной стороне листа.

Каждый раздел работы (введение, главы, заключение) начинается с новой страницы, параграфы (подразделы) располагаются друг за другом вплотную и отделяются двумя свободными строками.

Заголовок каждой новой части и параграфа в тексте работы следует располагать в середине строки без точки и печатать прописными буквами. Если заголовки содержат несколько предложений, их разделяют точками. Название каждой части и параграфа в тексте работы следует выделять жирным шрифтом.

В тексте курсовой работы рекомендуется чаще применять красную строку. С выделениями внутри текста (курсив, полужирный шрифт) следует быть осторожными, применяя их в случае крайней необходимости и единообразно внутри всей работы.

Излагать материал рекомендуется не от первого, а от третьего лица (автор предлагает), или первого лица множественного числа (по нашему мнению).

Не рекомендуются лексические повторы.

Недопустима сдача работы с грамматическими ошибками, с редакционными и стилистическими погрешностями.

Заимствования из книжных, периодических и интернет-источников допускаются в форме цитирования с указанием в сноске источника и не должны превышать 3-5 предложений.

Студент обязательно должен ставить свою подпись на титульном листе работы.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТЕ

1. Заявленная тема должна быть раскрыта полностью.
2. Четкость и логическая последовательность изложения материала.
3. Краткость и точность формулировок, исключая возможность неоднозначного их толкования.
4. Конкретность изложения полученных результатов, их анализа и теоретических положений.
5. Обоснованность выводов, рекомендаций и предложений.
6. Соответствие научному стилю языка.
7. Грамотность.

ПРОВЕРКА РАБОТЫ В СИСТЕМЕ «АНТИПЛАГИАТ. РУДН»

Обучающийся (посредством корпоративного e-mail либо лично) получает уникальный код «Задания» для загрузки курсовой работы и URL-адрес страницы РУДН - <http://antiplagiat.rudn.ru>.

Опираясь на «Руководство студента», студент обязан загрузить файл с текстом курсовой работы в форматах .doc (.docx) или .pdf в «Кабинет студента» системы «Антиплагиат.РУДН» не позднее срока, установленного кафедрой.

Название файла с текстом курсовой работы должно иметь следующий вид: название курсовой работы_ФИО_шифр группы.

Обучающемуся результаты проверки доступны в «Кабинете студента».

В случае несоответствия проверяемой работы установленным требованиям в системе «Антиплагиат.РУДН» оценка не выставляется, работа подлежит доработке. Лицом, ответственным за проверку, проставляется отметка «галочка» в графе «Отправить на доработку», оценка в этом случае не проставляется. После этого обучающийся получает возможность загрузить файл с текстом доработанной курсовой работы в «Кабинет студента» повторно.

Повторная загрузка файла с текстом доработанной курсовой работы должна быть осуществлена обучающимся не позднее 2-х рабочих дней с момента отправки работы на доработку.

Доработка курсовой работы с последующей повторной проверкой в системе «Антиплагиат.РУДН» возможна не более чем 2 раза.

К сдаче допускаются работы, содержащие не менее 70% оригинального текста для бакалавров и 75% для магистрантов. При успешном прохождении проверки, проверяющий формирует в систему справку, о соответствии работы требованиям.

СДАЧА КУРСОВЫХ РАБОТ

Законченную и прошедшую проверку в системе «Антиплагиат.РУДН» курсовую работу вместе со справкой о прохождении проверки через систему «Антиплагиат.РУДН» студент подписывает на титульном листе, предъявляет научному руководителю, который подписывает титульный лист курсовой работы, а также заполняет необходимые графы в листе балльно-рейтинговой аттестации, **выставляя рекомендуемую оценку(!)**, которую учтет комиссия, оценивающая защиту работы. Затем работа передается студентом на кафедру лаборанту. Оценка на титульном листе работы и в зачетку проставляют члены комиссии.

Без подписи научного руководителя, справки из системы «Антиплагиат.РУДН», листа с баллами работа не допускается до защиты и не может быть аттестована.

Работа, получившая неудовлетворительную оценку, не прошедшая интернет-проверку либо не сданная в установленные сроки, считается

невыполненной. Студент считается имеющим академическую задолженность.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ФАКУЛЬТЕТА

КАФЕДРА «РЕКЛАМЫ И БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ»

«Утверждаю»

Зав. кафедрой «Рекламы и бизнес-коммуникаций»

Н.В. Трубникова

«___» _____ 20__ г.

Курсовая работа магистра

Направление 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

профиль подготовки «Рекламный менеджмент»/«Управление связями с общественностью»

ТЕМА **Политическая реклама**

Выполнил студент **Иванов Иван Иванович**

Группа ШРОм

Студ. билет № **11111111111111**

Руководитель курсовой работы

(ФИО, степень, звание, должность)

(подпись)

Автор _____

(подпись)

г. Москва

20__ г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ КОЛЛЕКТИВНОГО БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО К.Г. ЮНГА ПРИМЕНИТЕЛЬНО К РЕКЛАМЕ И PR	6
1.1. ПОНЯТИЕ СИМВОЛА ТРАНСЦЕНДЕНТНОСТИ, ИХ РОЛЬ В РЕКЛАМЕ И PR	7
1.2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕОРИИ КОЛЛЕКТИВНОГО БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО В PR И РЕКЛАМЕ.....	10
1.3. ВОЗДЕЙСТВИЕ АРХЕТИПОВ НА СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	11
ГЛАВА 2. ЗНАК КАК ОСНОВНОЕ ПОНЯТИЕ В СЕМИОТИКЕ РЕКЛАМЫ И PR.....	12
2.1. СТЕПЕНЬ ИЗУЧЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ ЗНАКОВ И СИМВОЛОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	14
2.2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗНАКОВ В РЕКЛАМЕ И PR	16
2.3. ЗНАКОВЫЕ СИСТЕМЫ В РЕКЛАМЕ И PR.....	18
ГЛАВА 3. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СИМВОЛОВ В РЕКЛАМЕ И PR.....	20
3.1. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СИМВОЛА КРУГА И ЗВЕЗДЫ В РЕКЛАМЕ И PR.....	22
3.2. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СИМВОЛА ПТИЦ В РЕКЛАМЕ И PR	24
3.3. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СИМВОЛА РАСТЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ СИМВОЛИКИ ЦВЕТОВ В РЕКЛАМЕ И PR.....	26
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	28
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	30
ПРИЛОЖЕНИЯ	31