

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

_____ И.А. Батанина

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению курсовой работы
по дисциплине (модулю)
«Основы теории коммуникации»**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

Разработчик(и) методических указаний

Бочарова О.Е., доц. каф. СиП, канд. социол. наук

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'O.E. Bosharova', is located in the upper right quadrant of the page.

Содержание

1. Цель и задачи выполнения курсовой работы.....	4
2. Основные требования к выполнению курсовой работы.....	4
2.1. Тематика курсовых работ.....	4
2.2. Требования к структуре работы.....	6
2.3. Объем и оформление текста курсовой работы.....	7
3. Защита и порядок оценки курсовой работы.....	8
4. Библиографический список.....	8
5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	9

1. Цель и задачи выполнения курсовой работы

Выполнение курсовой работы (КР) – важная составная часть изучения дисциплины «Основы теории коммуникации». Научное руководство работой осуществляет преподаватель, ведущий лекции. КР выполняется в течение 2-го семестра обучения и засчитывается после просмотра работы преподавателем и ее защиты.

Курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование избранной темы, которая должна быть актуальной и соответствовать состоянию и перспективам развития науки. Курсовая работа должна быть основана на изучении необходимого нормативного материала, учебной и научной литературы, электронных ресурсов.

При написании КР ее автор должен показать теоретические знания по избранной теме, умения и навыки творческой, самостоятельной работы. В соответствии с этим автор работы должен продемонстрировать:

- умение корректно сформулировать проблему, цели и задачи, объект и предмет, гипотезу исследования, выбрать теоретико-методологическое обоснование, на котором будет строиться исследование;
- знание научной литературы по изучаемой проблеме;
- логически грамотное построение работы;
- умение сформулировать практические рекомендации;
- умение владеть научным языком.

2. Основные требования к выполнению курсовой работы

2.1. Тематика курсовых работ

1. Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации.
2. Виртуализация коммуникативного пространства в современном обществе.
3. Внешние коммуникации организации как основа ее функционирования.
4. Воздействие рекламы на речевое поведение: средства и результаты.
5. Гендерные различия в деловых коммуникациях.
6. Гендерные различия и стандарты в невербальной коммуникации.
7. Гендерные стереотипы в современной рекламе.
8. Геобрендинг как средство продвижения города / области (на примере конкретной территории).
9. Деловая коммуникация: сущность, специфика, формы.
10. Деловые переговоры как форма коммуникации.
11. Демонстративное потребление как вид коммуникативной деятельности.
12. Жаргон как специализированное средство вербальной коммуникации: понятие и отличительные черты (на примере конкретного сообщества).
13. Игровые формы коммуникации: история и современная культура.

14. Имидж вуза и коммуникативные технологии его формирования.
15. Интернет-коммуникации в связях с общественностью.
16. Информационные войны: история и современность.
17. Искусственные системы коммуникации: функции и классификация.
18. Кино как вид коммуникации.
19. Коммуникативная компетентность: понятие, методы диагностики и средства формирования.
20. Коммуникативные барьеры: понятие, типы, пути преодоления.
21. Коммуникативные революции и их роль в развитии общества.
22. Коммуникативные технологии в индустрии моды.
23. Коммуникативные технологии профилактики девиантного поведения.
24. Коммуникативные технологии современных религиозных сект.
25. Коммуникативные технологии управления имиджем организации.
26. Коммуникативные технологии формирования имиджа политического лидера.
27. Коммуникативный стиль: типы, методы диагностики и роль в процессе коммуникации.
28. Коммуникация в коллективном поведении животных.
29. Коммуникация в современной молодежной среде.
30. Коммуникация как основа функционирования и развития малой группы.
31. Коммуникация как средство адаптации сотрудников организации.
32. Коммуникация как функция управления организацией.
33. Конфликт как объект изучения теории коммуникации.
34. Корпоративная культура организации и коммуникативные технологии ее формирования.
35. Культура и этика повседневной коммуникации.
36. Культурный герой современности как медиа-продукт.
37. Культурный шок как феномен межкультурной коммуникации.
38. Лидерство: коммуникативный аспект.
39. Манипуляция в межличностной коммуникации.
40. Манипуляция сознанием средствами массовой коммуникации: технологии и способы защиты.
41. Массовая коммуникация: сущность и функции.
42. Межгрупповая коммуникация: закономерности и опыт исследования.
43. Межкультурная коммуникация: особенности, формы, пути оптимизации.
44. Межличностная коммуникация как спектакль (по книге И. Гофмана «Представление себя другим в повседневной жизни»).
45. Методология и методы исследования коммуникативных процессов.
46. Методы активного обучения общению.
47. Мода как коммуникативный феномен.
48. Модели коммуникации: от классики к современности.
49. Моделирование массовой коммуникации.
50. Невербальная коммуникация: средства и роль в процессе общения.

51. Обратная связь в процессе коммуникации: роль и средства осуществления.
52. Ольфакторная система невербальной коммуникации.
53. Ораторское искусство как основа эффективной коммуникации.
54. Особенности невербальной коммуникации в различных культурах.
55. Политическая коммуникация: понятие, средства, роль в жизни общества.
56. Потребление как коммуникация.
57. Проблемы и противоречия информационно-коммуникативного общества.
58. Проксемические средства невербальной коммуникации.
59. Рекламная коммуникация в Тульском регионе.
60. Роль брендинга в продвижении товаров и услуг.
61. Роль инструментов маркетинговых коммуникаций в продвижении кинофильмов.
62. Роль коммуникации в процессе политической социализации.
63. Роль личности в процессе коммуникации.
64. Роль невербальных средств в деловой коммуникации.
65. Семиотика как направление исследования коммуникации.
66. Символический интеракционизм как направление исследования коммуникации.
67. Слухи как коммуникативный феномен: механизмы возникновения и способы нейтрализации.
68. Социальная реклама как коммуникативная технология.
69. Социальные сети как молодежная коммуникативная среда.
70. Социальный диалект как средство вербальной коммуникации (на примере диалекта конкретной социальной группы).
71. Социокоммуникация и биокоммуникация: сравнительный анализ.
72. Социокультурная дифференциация невербальной коммуникации.
73. Спор как разновидность речевой коммуникации.
74. Стрессовые ситуации в межличностной коммуникации.
75. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.
76. Теория коммуникационных технологий Г.М. Маклюэна.
77. Территориальный диалект как средство вербальной коммуникации (на примере диалекта конкретного сообщества).
78. Тренинг как средство развития коммуникативной компетентности.
79. Этика деловой коммуникации.
80. Этические проблемы рекламной коммуникации в современной России.
81. Этология как направление исследования биокоммуникации.

2.2. Требования к структуре работы

Обязательными **структурными компонентами** КР являются:

1. **Титульный лист.** Это первая страница КР, она не нумеруется и заполняется по определенным правилам.

2. **Содержание.** В содержании приводятся все заголовки КР и указываются страницы, с которых они начинаются. План КР должен быть развернутым, отражать причинно-следственную связь, отличаться содержательностью сформулированных пунктов.
3. **Введение.** Во введении должны быть отражены: актуальность избранной темы; степень ее научной разработанности; объект, предмет исследования; цель и задачи исследования; гипотеза исследования.
4. **Главы основной части работы.** Обычно основная часть работы включает 2-3 главы, разбитые на параграфы. Каждый из разделов должен содержать вступительную, основную и заключительную часть, наличие которых обеспечивает логические связки между структурными компонентами работы. Текст должен включать ссылки на литературу и приложения.
5. **Заключение.** В заключении делаются общие выводы по работе, приводятся рекомендации.
6. **Библиографический список.** Список использованной литературы и сноски оформляются согласно актуальному ГОСТ.
7. **Приложение.** Приложение представляет собой наглядное графическое изложение основных положений работы. Приложение включает схемы, диаграммы, графики, таблицы, рисунки и пр. Страницы Приложения нумеруются, но не включаются в общий объем работы.

2.3. Объем и оформление текста курсовой работы

КР оформляется в соответствии с правилами, предъявляемыми к научным работам. Объем КР составляет 30-35 страниц текста (формата А4). Параметры текста: шрифт Times New Roman, размер 14, межстрочное расстояние 1,5; на странице располагается 28-30 строк, в строке 60+/-2 знаков, включая пробелы. Поля: левое – 20 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм, правое – 20 мм. Абзац – 1,25, перенос автоматический. Страницы должны быть равномерно заполнены текстом. Новые разделы (главы) начинаются с новой страницы. Сноски печатаются через 1 интервал в конце страницы, к которой они относятся. Страницы работы нумеруются арабскими цифрами, которые проставляются вверху в середине листа. Нумерация страниц – сквозная.

Сроки выполнения курсовой работы. Курсовая работа должна быть выполнена и сдана преподавателю не позднее чем за 2 недели до окончания учебного семестра.

Курсовая работа, значительная часть которой переписана или скопирована из какого-либо источника, включая источники на электронных носителях, не засчитывается.

3. Защита и порядок оценки курсовой работы

Тщательно выверенная и отредактированная рукопись переплетается и представляется преподавателю. К публичной защите КР студент готовит доклад, в котором излагается основное содержание работы, и при необходимости вспомогательный материал: таблицы, схемы, графики, диаграммы и др.

Студент должен свободно владеть содержанием своей работы и изложить его в течение 7-10 минут. Затем он отвечает на вопросы и замечания сокурсников и преподавателя.

По результатам защиты КР оценивается преподавателем по рейтинговой системе. Оценка заносится преподавателем в ведомость курсовых работ и зачетную книжку студента. В качестве критериев при оценке КР используются:

- актуальность, наличие в работе творческих элементов и оригинальных авторских решений;
- глубина выводов, методологический и методический уровни исследования, степень использования современной литературы;
- логичность и последовательность изложения материала;
- новизна используемого материала, а также наличие регионального и местного материала;
- содержание доклада и ответов на вопросы и замечания;
- качество оформления КР и иллюстративного материала.

После защиты курсовые работы студентам не возвращаются, хранятся в архиве, впоследствии уничтожаются в установленном порядке.

4. Библиографический список

4.1 Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. 2-е изд., испр. и доп. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2023. - 231 с. (Высшее образование) ISBN 978-5-534-06317-2 : 969.00

2. Доброзракова, Г. А. Современные теории массовой коммуникации : учебное пособие / Г. А. Доброзракова. Современные теории массовой коммуникации, Весь срок охраны авторского права Электрон. дан. (1 файл) Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. - 93 с. ISBN 978-5-906605-48-1

4.2 Дополнительная литература

1. Венедиктова, Т.Д. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2023. - 193 с. (Высшее образование) ISBN 978-5-534-00242-3 : 839.00

2. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. 3-е изд., испр. и доп Электрон. дан. Москва: Юрайт, 2023. - 288 с. (Высшее образование) ISBN 978-5-534-15798-7 : 1159.00

3. Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2023. - 384 с. (Высшее образование) ISBN 978-5-534-14728-5 : 1199.00

4. Нахимова, Е. А. Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации: теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования : монография / Е. А. Нахимова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2011. — 276 с. — ISBN 978-5-7186-0459-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/159045>

5. Савинова, О. Н. Современные теории массовых коммуникаций : учебно-методическое пособие / О. Н. Савинова, А. Л. Коданина. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2018. — 26 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/144893>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Федеральный портал «Российской образование» - <http://www.edu.ru/>- Загл. с экрана

2. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru.>- Загл. с экрана

3. Электронный научный журнал «Медиаскоп» - <http://www.mediascope.ru/>- Загл. с экрана

4. Российская ассоциация связей с общественностью - <https://raso.ru/>- Загл. с экрана

5. ВЦИОМ - <https://wciom.ru/>- Загл. с экрана

6. Федеральное собрание Российской Федерации Государственная Дума - <http://www.duma.gov.ru/>- Загл. с экрана

7. Общественная палата Российской Федерации - <http://www.oprf.ru/>- Загл. с экрана

8. Сайт Президента России - <http://www.kremlin.ru/>- Загл. с экрана

9. Совет Федерации Федерального собрания Российской Федерации - <http://www.council.gov.ru/>- Загл. с экрана

10. НЭБ КиберЛенинка научная электронная библиотека открытого доступа, режим доступа <http://cyberleninka.ru/>- Загл. с экрана

11. Международный пресс-клуб: библиотека. - https://pr-club.com/pr_lib/- Загл. с экрана

12. Психологическая библиотека <https://www.psychology.ru/library/>- Загл. с экрана

13. Российская государственная библиотека - <http://www.rsl.ru> - Загл. с экрана

14. Российская национальная библиотека - <http://www.nlr.ru> - Загл. с экрана
15. Союз журналистов России - [http:// www.ruj.ru](http://www.ruj.ru) - Загл. с экрана
16. Журнал «Журналист» - <http://www.journalist-virt.ru/>- Загл. с экрана.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Курсовая работа по дисциплине
«Основы теории коммуникации»
на тему:
«Технологии и инструменты кризисного PR: зарубежная и российская практика»

Студент гр. 821141 _____ Иванов А. Н.

подпись

Науч. рук.: канд. социол. наук, доц. _____ Бочарова О.Е.

подпись