

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ КУРСОВЫХ РАБОТ



Утверждено:
зав. кафедрой журналистики
И.М. Артамонова

Протокол № 4 от «28»ноября 2019 г.

**Методические рекомендации
по написанию курсовых работ
для студентов 1, 2, 3 курсов очной и заочной форм обучения
направлений подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
42.03.02 «Журналистика»,
42.03.04 «Телевидение»**

1. Общие положения

Студенты 1 и 2 курсов всех направлений подготовки и форм обучения в течение учебного года выполняют одну курсовую работу, с которой выходят на публичную защиту в конце второго и четвертого учебных семестров соответственно.

Студенты 3 курса всех направлений подготовки и форм обучения выполняют две курсовые работы, которые защищают в конце пятого и шестого учебных семестров.

Курсовая работа — научная, творческая, самостоятельная исследовательская работа по определенной теме, в ходе которой студенты приобретают навыки работы с научной, учебной и методической литературой.

Овладевают методами научного исследования, обработки, обобщения и анализа информации; расширяют общий кругозор; решают практические задачи на основе теоретических знаний; активизируют самостоятельную работу и творческое мышление.

Значение курсовой работы состоит в том, что в процессе ее выполнения студент не только закрепляет, но и углубляет полученные теоретические знания. Курсовая работа является составным элементом учебного процесса. Опыт и знания, полученные студентами на этом этапе обучения, во многом могут быть использованы для подготовки выпускной квалификационной работы.

К курсовой работе предъявляются следующие требования:

- должна быть написана самостоятельно;
- должна отвечать требованиям логичного, ясного и четкого изложения материала, с привлечением достаточного эмпирического материала;
- при необходимости в процессе изложения темы иллюстрировать доказательную базу графиками, таблицами, схемами и т.д.;
- должна быть оформлена в соответствии с ГОСТ;
- должна завершаться конкретными выводами и рекомендациями по теме исследования.

Регламент подготовки курсовых работ студентами:

- выбор темы и научного руководителя, предоставление на кафедру журналистики заявления, подписанного научным руководителем (Приложение 1): 1 и 2 курсы – в течение 8 недель после начала учебного года; 3 курсы – в течение 4 недель после начала учебного года;
- закрепление темы курсовой работы за студентом: в течение 5 рабочих дней после предоставления заявления на кафедру;
- изучение требований, предъявляемых к курсовой работе, составление библиографии, составление плана, задания и графика выполнения курсовой работы и согласование их с научным руководителем;
- обработка, анализ и обобщение собранных материалов;
- подготовка текста курсовой работы;

- устранение замечаний и предложений, высказанных научным руководителем;
- итоговое оформление, сдача на кафедру и регистрация печатной версии курсовой работы для студентов 1-2 курсов — не позднее 1 апреля очередного учебного семестра; для студентов 3 курсов — не позднее 20 декабря текущего учебного и 1 апреля учебного семестра;
- сдача на кафедру электронного варианта курсовой работы для проверки в системе «Антиплагиат» не позднее чем за 2 недели до установленного срока защиты;
- защита курсовой работы согласно графику, утвержденному на кафедре (не позднее, чем за одну неделю до даты окончания семестра в соответствии с расписанием).

Тема курсовой работы согласовывается с научным руководителем и утверждается заведующей кафедрой.

2. Выбор темы курсовой работы

Темы курсовых работ отражают наиболее актуальные вопросы изучаемых дисциплин учебного плана, отвечают их основному содержанию и целевым установкам. Тематика курсовых работ доводится до сведения студентов научным руководителем. Студент вправе предложить выполнение курсовой работы и по теме, отличной от предложенных, с обоснованием целесообразности проведения такого исследования.

Тематика курсовых работ:

- 1 курс — «Теория журналистики», «Теория и практика рекламы, связей с общественностью», «Теория телевизионного производства»;
- 2 курс — «История журналистики», «История рекламы, связей с общественностью», «История телевидения»;
- 3 курс — «Журналистское мастерство и специальность»,

«Технология связей с общественностью», «Телевизионное мастерство и специальность» (Приложение 2).

3. Правила технического оформления

- 1. Поля: верх — 2 см, низ — 2 см, слева — 3 см, справа — 1,5 см.
- 2. Шрифт: 14 кегль. TimesNewRoman, интервал — 1,5.
- 3. Отступ: 1,25 без пропусков между абзацами, выравнивание текста по ширине.
- 4. Нумерация страниц в правом верхнем углу.
- 5. Содержание, введение, каждая глава (или раздел), заключение, список использованной литературы, приложения начинаются с новой страницы, пишутся заглавными полужирными буквами с выравниванием по центру.
- 6. Параграфы (пункты) внутри главы (раздела) отделяются от текста одним пробелом до названия пункта и после его названия. Пункты пишутся строчными полужирными буквами, располагаются с абзаца. В конце названия точка не ставится.
- 7. Подпункты пишутся строчным полужирным курсивом. После названия подпункта ставится точка и на этой же строчке начинается текст.
- 8. Авторские высказывания цитируются дословно либо излагаются своими словами. После каждого цитирования, использования фактических и статистических данных обязательна ссылка на источник. Любой источник, на который ссылается автор курсовой работы, должен быть внесен в библиографический список. Ссылка в тексте курсовой на электронный источник после прямой или не прямой речи обозначается порядковым номером из списка использованной литературы и берется в квадратные скобки, ставится в конце предложения после точки.

Например: В своей работе, О.О. Савельева дает следующее определение гендерному стереотипу: «Те составляющие половой дифференциации (разделения на мужчин и женщин), которые предопределены не биологией, а обществом (например, у

мужчин и женщин различная одежда, разный набор привычных профессий и т.п.)». [22]

Ссылка на печатный источник после прямой или не прямой речи обозначается порядковым номером из списка использованной литературы, а через запятую указывается страница из печатного издания; берется в квадратные скобки, ставится в конце предложения после точки.

Например: [22, с.58].

- 9. Приложение указывается в тексте курсовой в круглых скобках в конце предложения после точки.

Например: Архетип тень — представляет собой ту сторону человеческого «я», которую, обычно, подавляют, скрывают. (Приложение 8)

- 10. Список использованной литературы включает в себя печатные, электронные издания, интернет-источники, расставленные в едином алфавитном порядке.

В конце списка использованной литературы посередине полужирными заглавными буквами, пишется слово «ИСТОЧНИКИ», далее с новой строки нумерация продолжается, указываются источники, проанализированные во второй главе курсовой работы (практической).

Например: Эфиры телеканала «Юнион» за период с сентября 2017 года по апрель 2018 года.

Или: Выпуски газеты «Новороссия» за период с февраля 2018 по апрель 2018 года.

4. Содержание и структура курсовой работы

Объем основного текста курсовой работы (от первой страницы содержания до последней страницы заключения) составляет: Схемы, графики, диаграммы, таблицы, фотографии и прочий иллюстративный материал в общий объем исследования не включаются, а выносятся в раздел «ПРИЛОЖЕНИЯ».

Порядок брошюирования курсовой работы:

- 1) Титульный лист; (Приложение 3)
- 2) Содержание; (Приложение 4)
- 3) Введение;
- 4) Раздел 1 с пунктами и подпунктами (Глава 1 с параграфами); (Приложение 5)
- 5) Раздел 2 с пунктами и подпунктами (Глава 2 с параграфами);
- 6) Заключение;
- 7) Список использованной литературы; источники; (Приложение 6)
- 8) Приложения. (Приложение 7)

Содержательная структура исследования

Введение:

- обозначается актуальность выбранной темы;
- формулируются задачи, которые ставятся перед студентом как перед исследователем;
- указывается цель работы;
- определяются объект и предмет исследования, теоретическое и практическое значение работы, научная новизна;
- проводится анализ научно-теоретической базы по теме;
- описывается структура курсовой работы и перечисляются структурные единицы: введение; основной текст работы — количество глав и параграфов (разделов и пунктов), кратко дается их характеристика; заключение, список использованной литературы; заключение; приложения);
- представляется апробация полученных результатов и обозначаются перспективы дальнейшего изучения рассматриваемой темы.

Объект — определённая часть научных знаний, подвергающаяся исследованию. Под объектом понимается некий процесс или некоторое явление, которое порождает проблемную ситуацию. Это явление и берёт автор проекта для проведения исследова-

ния. Объект исследования, в отличие от предмета, более широкое явление, имеющее несколько граней для исследования.

Предмет – конкретный аспект проблемы, занимаясь рассмотрением которого, авторами познаётся целостный объект, обозначаются и выделяются его характерные свойства. В качестве предмета выступает та область знаний, которая заключена в границах объекта. Предмет исследования зачастую очень близок с выбранной студентом темой курсовой работы или полностью с ней совпадает.

Объём введения равен 2-3 полным страницам в соответствии с поставленными научным руководителем задачами.

Раздел 1 (Глава 1). Теоретически осмысливается заявленная тема курсовой работы.

Раздел 2 (Глава 2). Демонстрируется личный научный вклад в рассмотрение темы, представляется собственное исследование проблемы (сравнительный анализ, синтез, обобщение, характеристики и т.п.).

Основная часть курсовой работы должна состоять из 2-3 глав, которые можно, в свою очередь, разделить на параграфы. Названия глав и параграфов не должны дублировать название темы курсовой работы. Заголовки глав и параграфов должны быть лаконичными и соответствовать их содержанию. Курсовая работа на старших курсах — это попытка оценить свои творческие, интеллектуальные способности, а также научные возможности для поступления в магистратуру и написания диссертации.

Заключение. Подводится итог всего вышесказанного и рассмотренного: указывается, была ли достигнута цель, заявленная во введении; объясняется, какие результаты были получены в ходе исследования, какие вопросы удалось рассмотреть, а какие требуют более глубокого осмысления и могут быть изучены при дальнейшем написании выпускных квалификационных работ.

Объём заключения равен 2-3 полным страницам в соответствии с поставленными научным руководителем задачами.

Список использованной литературы

- Его объём должен быть равен числу страниц основной части работы. Из числа использованной литературы 25% источников и более должны составлять издания, увидевшие свет за последние 5-7 лет.
- В список литературы включаются только те источники, на которые имеются ссылки в тексте курсовой работы.
- Источники располагаются в алфавитном порядке фамилий авторов или заглавий источников (если автор не указан либо источник имеет более четырех авторов).
- Если в работе необходимы ссылки на законодательные и нормативные документы, библиографические описания соответствующих источников размещаются первыми в общем списке литературы (внутри этой части списка также соблюдается алфавитный порядок).
- Если обучающийся использовал источники на иностранных языках, их описания создаются на языке оригинала и помещаются после источников, опубликованных на русском языке в соответствии с алфавитом языка оригинала (латинским, арабским, армянским, греческим и т.д.).
- Все списки источников, сформированные в курсовой, имеют единую сквозную нумерацию.

Следует соблюдать единообразие в способе библиографического описания источников. Библиографическое описание источников осуществляется в соответствии с требованиями ГОСТа 7.1-2003 «Система стандартов по информатизации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Требования и правила составления».

Образцы библиографического описания наиболее часто описываемых типов источников

• Книга под фамилией автора

Описание книги начинается с фамилии автора, если книга имеет не более трех авторов.

1 автор

Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. для вузов / Е. П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 368 с.

Горчева, А. Ю. Политический менеджмент: исторический опыт России: учеб. пособие / А. Ю. Горчева. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002. – 138 с.

2 автора

Гоуайзер, Ш. Путеводитель журналиста по опросам общественного мнения: монография / Шелдон Гоуайзер, Эванс Уитт. – М.: Вагриус, 1997. – 208 с.

3 автора

Матвеева, Л. В. Психология телевизионной коммуникации: учеб. пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Т. Я. Анисеева, Ю. В. Мочалова. – М.: РИПхолдинг, 2004. – 316 с.

• Книга под заглавием

Описание книги дается под заглавием, если книга написана четырьмя и более авторами. Под заглавием описываются коллективные монографии, сборники статей и т.п.

Проблемы национальной идентичности в русской литературе XX века: кол. моногр. по матер. 2-й интернет-конф. «Русскоязычная литература в контексте славянской культуры: проблемы национальной идентичности» (30 октября – 10 ноября 2009 г.) / науч. ред. Т.Л. Рыбальченко. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011.

– 310 с.

История мировой журналистики: монография / Беспалова А. Г. [и др.]. – Ростов н/Д.: Б/и, 2000. – 344 с.

Русистика. Славистика. Индоевропеистика. Сборник к 60-летию А. А. Зализняка / Отв. ред. Т. М. Николаева. – М.: Изд-во «Индрик», 1996. – 768 с.

• **Статья из книги, сборника**

Иванов, Е. Е. Паремиологический минимум и основной паремиологический фонд / Е. Е. Иванов // Паремиология в дискурсе: Общие и прикладные вопросы паремиологии. Пословица в дискурсе и в тексте. Пословица и языковая картина мира / Редкол.: М. А. Бредис, Е. Е. Иванов, О. В. Ломакина, В. М. Мокиенко. – М.: URSS. 2015. – С. 46–66.

• **Статья из газеты, журнала**

Митрофанов, С. Человек эпохи СМИ / С. Митрофанов // Средства. – 1996. – № 3. – С. 31.

Руденко, И. А. Детская пресса / И. А. Руденко // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 1994. – № 3. – С. 18–23.

Бабаева, Л. В поисках утраченного героя / Л. Бабаева, Г. Лапина // Московские новости. – 1994. – 16–23 янв. – С. 9.

• **Авторефераты диссертаций**

Азарная, М. А. Педагогическая пресса в России во второй половине XIX в.: генезис, предметно-тематические и структурно-функциональные особенности: автореф. дис... канд. филол. наук / М. А. Азарная. – Ростов н/Д.: РГУ, 2006. – 20 с.

• **Диссертации**

Гордеева, М. М. Русско-французские связи в журналистике

первой половины XIX в.: дис. ... канд. филол. наук / Гордеева Марина Михайловна. – Ростов н/Д., 1995. – 232 с.

• **Архивные материалы**

Информация Госиздата Совнаркому Украины о распространении книги на местах. 9 авг. 1923 г. – Центр.гос. арх. Окт. революции УССР, ф. Р-2, д. 921, л. 25-26.

• **Ресурсы удаленного доступа**

Делахей, М. Советы тележурналисту / М. Делахей. – Режим доступа: <http://www.v-montaj.narod.ru> (дата обращения: 03.09.18).

или:

Члиянц, Г. Создание телевидения / Г. Члиянц // qrz.ru: сервер радиолюбителей России. 2004. – Режим доступа: <http://www.qrz.ru/articles/article260.html> (дата обращения: 03.02.18).

• **Законодательные материалы, нормативные акты**

Конституция Российской Федерации. – М.: Приор, 2001. – 32 с.

О государственном языке Российской Федерации: федер. закон от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ // Рос.газета. – 7 июня 2005 г. – С. 10.

Приложения. Наличие одного, а иногда и нескольких приложений позволяет автору более полно познакомить читателей с эмпирической базой, развернуто представить расклассифицированный в различных отношениях материал, сопроводить текст схемами, таблицами, материалами анкетирования, соцопроса, разнообразными фото-, аудио- или видеоматериалами и т.д., повышающими степень наглядности изложения и убеждающими в достоверности выводов исследования.

Оформление приложения: приложение помещается после спи-

ска источников материала и использованной в работе научной и справочной литературы. Если в работу включается несколько приложений, то каждое из них следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и порядковым номером приложения (Приложение 1). Приложение должно иметь заголовок, который записывают по центру страницы с новой строки с прописной буквы. Приложение должно иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц. Располагать приложения следует в порядке появления ссылок на них в тексте.

5. Организация проведения процедуры защиты

- **Защита курсовых работ проводится согласно графику, утвержденному на кафедре.** Защита производится публично. На защите присутствуют, как правило, все студенты группы. При защите курсовой работы присутствуют заведующая кафедрой журналистики и преподаватели.
- Защита курсовой работы включает краткий доклад студента (не более 5-7 минут), ответы на вопросы, научного руководителя и преподавателей.
- Доклад студента может сопровождаться мультимедийной презентацией, подготовленной в программе PowerPoint. Презентация сопровождается устным выступлением студента (до 7 минут). Устный доклад включает в себя краткое описание курсовой работы, основные тезисы по заявленной теме, указывающие на решение задач, поставленных в исследовании, с опорой на иллюстративный материал.

Структура презентации:

Слайд 1. Главная цель (укажите цель исследования).

Слайд 2. Проблема (актуальность исследования). Оцените масштаб изучаемого явления и его влияние на аудиторию.

Слайд 3. Решение. Предложите пути решения проблемы. Что изменится, если применить предлагаемые Вами действия? (Пишется, исходя из выводов исследования).

Слайд 4. Ответьте на вопрос – почему именно данную проблему Вы решили разрабатывать?

Слайд 5. Расскажите об этапах, которые Вы прошли и что еще предстоит сделать, чтобы разрешить вопрос (уместно описание методологической базы исследования).

Слайд 6. Что произойдет, если сейчас отказаться от разрешения рассматриваемой проблемы.

6. Критерии оценивания курсовой работы

- Рекомендуемая оценка по курсовой работе выставляется научным руководителем, но может быть скорректирована по результатам защиты членами комиссии, состоящей из преподавателей кафедры журналистики под председательством заведующей.
- В случае возникновения спорной ситуации по оцениванию работы окончательное решение принимает председатель комиссии.
- Максимальное количество баллов — 100.
Из них:
 - смысловое содержание исследования — 75 баллов,
 - выступление и презентация — 15 баллов,
 - соответствие работы техническим требованиям — 10 баллов.Уникальность курсовой работы должна составлять от 60% до 100%.

Шкала оценивания

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале
A	90-100	5(отлично)
B	80-89	4 (хорошо)
C	75-79	4 (хорошо)
D	70-74	3 (удовлетворительно)
E	60-69	3 (удовлетворительно)
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов

Заведующей кафедрой журналистики
Артамоновой И.М.

студента/ки ____ курса

_____ формы обучения

(очной, заочной)

направления подготовки

_____ «_____»

(шифр, специальность: 42.03.01

«Реклама и связи с общественностью»,

42.03.02 «Журналистика», 42.03.04 «Телевидение»)

_____ »

(Фамилия, имя и отчество студента указывается полностью)

(телефон студента)

Заявление

Я, _____,
(ФИО студента)

прошу назначить моим научным руководителем _____
(ФИО преподавателя)

и утвердить тему курсовой работы: «_____»
(тема курсовой работы)

(Дата)

(Подпись студента)

(Дата)

(ФИО, подпись научного руководителя)

Примерный перечень тем курсовых работ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

- 1. Современные площадки для рекламы товаров и услуг: Инстаграм, Фейсбук, ВКонтакте.
- 2. Методы и приемы подготовки политической фигуры к монологу в кадре.
- 3. Модели работы пресс-службы с общественностью (на примере Штаба по прифронтовым районам Общественного Движения «Донецкой Республики»).
- 4. Современное использование и перспективы тизеров в интернете.
- 5. Особенности наружной рекламы органов государственной власти Донецкой Народной Республики.
- 6. Гендерные стереотипы на примере наружной рекламы Донецка.
- 7. Новейшие формы интернет-рекламы и их специфика.
- 8. «Уникальные торговые предложения» в наружной рекламе ДНР.
- 9. Рекламная стратегия компании «Геркулес».
- 10. Рекламная политика сети «ДонМАК».
- 11. Духовно-нравственное и гражданско-патриотическое воспитание донецкой молодежи путем социальной рекламы.
- 12. Рекламная стратегия фирмы «DoubleBubble»: новый формат кофейни в ДНР.
- 13. Военно-патриотическая реклама в ДНР.
- 14. Рекламная политика и корпоративный стиль Донецкого национального университета (на примере сайта <http://donnu.ru/>).
- 15. Влияние рекламы в Инстаграме на отношение потребителей к брендам, относящихся к сегменту beauty-индустрии.

Примерный перечень тем курсовых работ по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

- 1. «Живой» эфир и интерактивная форма передач на радио как способ эмоционального воздействия на аудиторию (на примере местных радиостанций).
- 2. Мастерство и специфика работы телерепортёра в информационных программах современного телевидения Донецка.
- 3. Работа СМИ в условиях информационной войны.
- 4. СМИ как участник информационно-психологической войны. Методы «нападений» и «контратак» посредством журналистских приемов.
- 5. Авторское лицо в журналистике (пресса, радио, телевидение).
- 6. Читательский интерес и журналистский поиск информации. Создание интриги. Поиск необычного хода. Нетрадиционные формы композиции.
- 7. Информационные, аналитические и публицистические жанры газетной журналистики (на примере газеты «Донецкое время»).
- 8. Военные метафоры в современной прессе. Уместность употребления и способы воздействия на читательскую аудиторию.
- 9. Особенности творческой деятельности журналиста-новостициков в современной интернет-газете.
- 10. Образ дончанина в творчестве донецких фотожурналистов 2014-2018 годов.
- 11. Адаптационный менеджмент российских печатных СМИ к цифровым технологиям (мультимедиа).
- 12. Современное состояние рынка детских периодических изданий и полиграфии в ДНР.
- 13. Корпоративная пресса как показатель эффективной работы предприятия (или отдела).
- 14. Совершенствование профессиональных компетенций журналиста в рамках последипломного образования.
- 15. Жанровое своеобразие корпоративной газеты Донецкого национального университета — «Университетские вести».

Примерный перечень тем курсовых работ по направлению подготовки 42.03.04 «Телевидение»

- 1. Особенности современной аудитории донецкого телевидения.
- 2. Предвыборные дебаты как форма телевизионной дискуссии.
- 3. Принципы верстки информационных программ на телевидении.
- 4. Шоу и шоу-технологии как форма социальной коммуникации (на примере определенного телеканала).
- 5. Методология работы журналиста в телепроекте «Народный контроль».
- 6. История становления и развития детской тележурналистики в ДНР.
- 7. Экранизация нравственных проблем современного общества в контенте мультипликационного телевизионного сериала.
- 8. Жанровое разнообразие, формирующее современный телевизионный новостной блок (на примере донецкого телеканала «Юнион» или «Оплот», или «Новороссия», или «Первый Республиканский»).
- 9. Интерактивное телевидение в Донбассе: реальность и перспективы.
- 10. Телевизионное общение в кадре – заповеди современного интервью (на примере авторской передачи «Без галстуков» с Рашитом Романовым).
- 11. Специфика языка теленовостей (на примере одного местного телеканала).
- 12. Целесообразность использования инфографики на телевидении.
- 13. Доминирующие телеформаты телеканалов (на примере нескольких: «Юнион», «Оплот» или «Новороссия», «Первый республиканский»).
- 14. Духовно-нравственное и гражданско-патриотическое воспитание донецкой молодежи в передачах телеканалов ДНР.
- 15. Особенности современного рекламного текста на республиканских телеканалах.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДНР
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра журналистики

Кулаченко Александр Николаевич

ФРЕЙМОВЫЕ СТРУКТУРЫ «ГЛАМУРНОГО ОБЩЕНИЯ»

Курсовая работа

студента (-ки) __ курса группы __
дневной (заочной) формы обучения
направления подготовки 42.03.02
«Журналистика»

Научный руководитель:
старший преподаватель
Гудова Т.В.

Донецк — 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В ВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	5
1.1. Понятие гендер, гендерный стереотип в контексте рекламной коммуникации. Архетипы и образы как основа стереотипов. Особенности женских и мужских образов.....	5
1.2. Цвет в восприятии стереотипов.....	11
ГЛАВА 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ ДОНЕЦКА ПО СРЕДСТВАМ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ.....	17
2.1. Женские и мужские образы, используемые в наружной рекламе города.....	17
2.2. Цветовая гамма как ловушка привлечения внимания мужчин и женщин.....	22
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	22
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	28
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	31

ГЛАВА 1. НОВЫЕ СПОСОБЫ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ МЕДИА

1.1. Современные формы подачи информации: трансформация теле-, радио- и печатных СМИ в Интернет

Как только появились первые доступные цифровые персональные компьютеры, стало целесообразно говорить о появлении новой коммуникативной среды — цифровой. В соответствии с эволюцией среду коммуникации делят на традиционную, то есть аналоговую, и новую — цифровую. Последняя — это такая, в которой миллионы различных вычислительных устройств ежесекундно фиксируют, передают, генерируют, производят огромное количество цифровой информации, оцениваемой и анализируемой с помощью высокопроизводительных компьютеров. В результате появляется новое качество информации, а также новое понимание того, что раньше было непонятным или не имело ответа вовсе.

Адаптация традиционных СМИ к новым мультимедийным сетевым технологиям проходила медленно, с разной долей успеха для каждого вида медиакатегорий. Одними из первых СМИ, которые появились в онлайн, были информационные агентства. Их активность в сети Интернет объяснялась, прежде всего, технологическим удобством обработки распространения электронной информации, благодаря новым возможностям сетевого пространства. Так новостные агентства работали с середины XIX века, когда изобрели кабельные проводные технологии. Интернет стал для них быстрым и бюджетным каналом передачи информации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горчева, А. Ю. Политический менеджмент: исторический опыт России: учеб.пособие / А. Ю. Горчева. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002. – 138 с.
2. Гоуайзер, Ш. Путеводитель журналиста по опросам общественного мнения: монография / ШелдонГоуайзер, Эванс Уитт. – М.: Вагриус, 1997. – 208 с.
3. Делахей, М. Советы тележурналисту / М. Делахей. – Режим доступа: <http://www.v-montaj.narod.ru> (дата обращения: 03.09.18).
4. История мировой журналистики: монография / Беспалова А. Г. [и др.]. – Ростов н/Д.: Б/и, 2000. – 344 с.
5. Матвеева, Л. В. Психология телевизионной коммуникации: учеб.пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова. – М.: РИПхолдинг, 2004. – 316 с.
6. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб.для вузов / Е. П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 368 с.
7. Русистика. Славистика. Индоевропеистика. Сборник к 60-летию А. А. Зализняка / Отв. ред. Т. М. Николаева. – М.: Изд-во «Индрик», 1996. – 768 с.

ИСТОЧНИКИ

8. Эфиры телеканала «Юнион» за период с сентября 2017 года по апрель 2018 года.
9. Выпуски газет «Новороссия» за период с февраля по апрель 2018 года.
10. Видеоблоги Нелли Уваровой на канале «Youtube» за период с февраля по апрель 2018 года.

Список опорной литературы к написанию методических рекомендаций по курсовым работам

1. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие/ Б.Л. Борисов. – М.: ФАИР–ПРЕСС, 2001.
2. Виноградова С.М., Попко Е.А. Структура редакции// Век информации/ Под ред. А.С. Пую, С.А. Михайлова.-СПб., 2003.
3. Ворошилов В.В. Журналистика и рынок: проблемы маркетинга и менеджмента СМИ. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1997.
4. Горяева Т.М. Радио России. М., 2000.
5. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе: Учебное пособие. – М.: Изд-во РИП–холдинг, 2001.
6. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. – Аспект Пресс, 2004.
7. Ермилов А.Е. Живой репортаж: профессиональные советы тележурналисту/ Ермилов А.Е. –М.: Аспект Пресс,2010.
8. Кемарская И.Н. Телевизионный редактор : Учеб. Пособие для студ. вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004.
9. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001.
10. Ключева Л. Б. Проблемы стиля в экранных искусствах. Учебное пособие. - 148 с. - 2007.
11. Корякин В.Т. Интервью: жанровые трансформации. -М., 2009.
12. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста/ Под ред. С.Г. Корконосенко. – СПб, 2000.
13. Кузнецов. Г.В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. – М.: РИП- холдинг, 2002.
14. Лазутина Г.В. Технология и методика журналистского творчества. – М., 1985.
15. Лебедева Т.В. Жанры радиожурналистики. Гриф УМО., 2012.
16. Ляшенко Б.П. Хочу к микрофону. Профессиональные советы диктору/Ляшенко Б.П.; под ред. Г.А. Шевелева.-2-е изд. Доп.-М.: Аспект Пресс,2009.
17. Мельник Г.С. Общение в журналистике: секреты мастерства

- (Мельник Г.С. –2-е изд., перераб.-СПб.: Питер, 2008.
18. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2003.
 19. Назайкин А.Н. Рекламная деятельность газет и журналов. – М.: РИП- холдинг, 2002.
 20. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: учеб. пособие для студ. вузов/ Самарцев О.Р; [под общ. Ред. Я.Н. Засурского].-2-е изд.-М.: Академ. Проект, 2009.
 21. Саруханов В.А. Азбука телевидения. – М.: Аспект Пресс, 2002.
 22. Ситников В.П. Техника и технология СМИ: Печать, телевидение, радиовещание. – М.: Слово, 2004.
 23. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики, 2002.15. Тertyч-ный А.А. Аналитическая журналистика. - М., 1998.
 24. Таггл К. А., Карр Ф., Хаффман С. Новости в телерадиоэфире. – М., ГИТР, 2006.
 25. Тertyч-ный А.А. Жанры периодической печати . – М.: Аспект Пресс, 2002.
 26. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. - М.2010.
 27. Уайт Тед Производство эфирных новостей. - Москва, ГИТР, 2007.
 28. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: практика. М.: Аспект Пресс, 2002.
 29. Ярёмченко Н. Как стать радиожурналистом. Работа на радио в вопросах и ответах. Этерна. 2011.
 30. Ярцева Н. Ради радио. Как стать популярным ведущим. Альпина нон-фикшн, 2009.

Источники

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика <http://vestnik.journ.msu.ru/>
2. Всероссийский центр исследования общественного мнения wciom.ru

3. Институт Коммуникационных Исследований ici.com.ru
4. Институт социологии Российской академии наук www.isras.ru
5. Коммуникативные исследования - международный научный журнал com-studies.org
6. «Наука телевидения» (научный журнал о цифровых медиа) <https://gitr.ru/nauka-tv/>
7. Научные журналы Алтайского государственного университета <http://journal.asu.ru/>
8. Сборники тезисов научно-практических конференций Воронежского государственного университета <http://jour.vsu.ru>
9. Электронный научный журнал «Медиаскоп» <http://www.mediascope.ru/>

Методические рекомендации по написанию курсовых работ
для студентов 1-3 курсов
направлений подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
42.03.02 «Журналистика»,
42.03.04 «Телевидение»

Составители:

ст. преподаватель Т.В. Гудова

ст. преподаватель Е.А. Кухаренко

Рецензент:

зав. кафедрой журналистики, доктор наук
по социальным коммуникациям, профессор
И.М. Артамонова