

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

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

Филологический факультет
Кафедра журналистики



П.А. Машаров

2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

«КУРСОВАЯ РАБОТА ПО ПРОФИЛЮ ОБУЧЕНИЯ»

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Профиль подготовки	Журналистика
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная,

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа курсовой работы «Курсовая работа по профилю обучения» для обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, профиль: «Журналистика», составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 № 524 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

ст. преподаватель кафедры журналистики



Е.А. Кухаренко

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 26.03.2024 г. № 10

Заведующий кафедрой



И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета



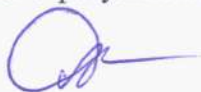
Н.А. Ярошенко

28.03.2024 г.

Учебно-методическая комиссия филологического факультета.

Протокол от 27.03.2024 г. № 3.

Председатель



С.В. Руденко

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,

д-р наук по соц. коммуникац., проф.

26.03.2024 г.



И.М. Артамонова

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; 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-новостики 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. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. - М., 1998.
 24. Таггл К. А., Карр Ф., Хаффман С. Новости в телерадиоэфире. – М., ГИТР, 2006.
 25. Тертычный 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