

## **Требования к выполнению курсовой работы по модулю Теория коммуникаций**

Целью курсовой работы является углубление теоретических знаний студентов по отдельным темам изучаемому модулю, мотивирование обучающихся к приобретению и закреплению навыков исследовательской работы.

Особенностью курсовой работы является ее научно-исследовательский характер. Процесс организации научного исследования в рамках курсовой работы предполагает наличие и определенную последовательность ряда этапов: выбор темы, составление плана работы, отбор и подготовка материала, обработка и оформление курсовой, ее защита.

В общем виде план работы включает: введение, основную часть, заключение, список использованных источников (литературы), приложения.

**Введение** является структурной частью основного текста работы, в которой дается оценка современного состояния решаемой проблемы, обосновывается актуальность темы, дается краткий обзор публикаций по рассматриваемой проблеме, определяются цель и задачи исследования. По объему введение не должно превышать 2-3 страниц. Введение лучше написать после того, когда будет завершена первоначальная работа над текстом. Это позволит лучше отразить в нем содержание вашей работы.

**Основная часть** отражает существо и основные результаты исследования. Она подразделяется на логически соподчиненные элементы – главы, параграфы, пункты. Названия глав, параграфов должны иметь лаконичную форму и не выходить за пределы выбранной темы. Структура курсовой работы по курсу должна отвечать замыслу и логике исследования. Специфика темы будет предопределять логическое построение структуры основной части курсовой работы. Она может содержать историческую, теоретическую и практическую главы. Однако ее структура может состоять и из глав теоретико-методологического характера. Наиболее типичным вариантом структуры курсовой работы по основам теории коммуникации будет следующий:

В первой главе - теоретической - следует излагать теоретические вопросы темы, характеризующие сущность проблемы, основные понятия, общие тенденции и закономерности различных видов коммуникации. В данной главе студент должен изложить взгляды ученых по исследуемой проблеме, разобраться в их различиях, попытаться сформулировать свои теоретические позиции или же присоединиться к какой-либо точке зрения.

Во второй главе - практической – должна освещаться сложившаяся практика под углом зрения рассмотренного теоретического материала. Здесь рекомендуется анализировать фактический материал, представленный различными литературными источниками, средствами массовой информации и т.п. Если тема подразумевает в качестве объекта организацию, то в этой части рассматривается конкретная организация. Желательно использование современной литературы и информации. В данной главе следует обязательно делать сноски на авторов, выделивших ту или иную проблему и предложивших пути ее решения. Для написания главы студент должен суметь обобщить и теоретический и практический материал, проявить самостоятельность и способность к творческому поиску.

Объем основной части – не менее 25-30 страниц машинописного текста. Распределение материала по главам в каждом отдельном случае осуществляется сугубо индивидуально, исходя из особенностей темы.

**В заключении** в сжатой форме излагаются итоги проделанной работы в соответствии с поставленной целью и задачами. Здесь дается объяснение полученных результатов, оценивается их значение. Этот материал излагается в виде выводов, которые прямо вытекают из работы, или в форме простого перечисления положений, которые автор считает нужным представить в виде конечных результатов. Формулировки выводов должны быть четкими, определенными, а порядок их расположения определяется либо структурой работы, либо степенью важности каждого из них. Объем заключения – 3-5 страниц.

**Список использованной литературы** содержит библиографическое описание источников информации. Информация, представленная в источниках должна соответствовать современным тенденциям развития теории коммуникаций, т.е. год издания источников не более 5 лет. Изучение литературы рекомендуется начинать с усвоения материала, изложенного в учебниках или учебных пособиях, а затем использовать журнальные и газетные статьи, электронные источники.

**В приложение** выносятся материалы, дополняющие и иллюстрирующие основной текст: схемы, таблицы, справочные материалы и т.д.

Работа включает в себя титульный лист, оглавление с указанием начальных страниц разделов работы (введение, главы и параграфы, заключение, список использованной литературы, приложения).

**Требования:**

- правильность оформления
- наличие графического материала в каждой главе

## Список тем курсовых работ по модулю Теория коммуникаций

1. PR в бизнес-коммуникациях.
2. Виды и формы профессионально-ориентированных коммуникаций, их роль в современном обществе.
3. Значение и особенность коммуникации в кризисных и конфликтных ситуациях.
4. Особенности коммуникаций. Информационные войны: история и современность.
5. Коммуникативные действия в работе пресс-службы
6. Коммуникативные конфликты и способы их разрешения
7. Коммуникативные технологии в информационном обществе: содержание, особенности, эффективность.
8. Коммуникационные риски PR -деятельности в виртуальном медийном пространстве
9. Коммуникационный аспект адаптации сотрудников организации.
10. Личность и изучение личности в коммуникативном контакте
11. Манипуляция общественным мнением и средства массовой коммуникации в переходный период от тоталитарного общества к обществу с рыночной экономикой. (Сравнительный анализ)
12. Межкультурная коммуникация: содержание, формы, уровни, значение в условиях глобализации мирового пространства.
13. Межличностная, специализированная и массовая коммуникации: особенности и роль в современном обществе.
14. Ораторское искусство и эффективность коммуникации
15. Особенности и эффективность коммуникации в рекламной деятельности.
16. Особенности и эффективность коммуникации в сфере публичных речей.
17. Пресс-службы и СМИ: проблемы взаимоотношений в процессе коммуникаций.
18. Современные технологии бизнес-коммуникаций и стратегического PR
19. Социологические методы исследования социальной коммуникации
20. Средства массовой информации как фактор формирования общественного сознания
21. Технологии создания и продвижения медиабренда
22. Особенности организации внутренних коммуникаций организации
23. Особенности организации внешних коммуникаций организации
24. Социальные сети как молодежная коммуникационная среда
25. Политические формы манипуляций в массовых коммуникациях
26. Этикет и межличностные коммуникации
27. Невербальные средства коммуникации в деловой разговорной практике
28. Теория аргументации и тактика переговорных отношений
29. Невербальные элементы в коммуникациях
30. Специфика моделирования массовой коммуникации
31. Лидерство и коммуникация. Общие точки соприкосновения
32. Особенности коммуникации в различных отраслях социальной сферы
33. Манипулятивные технологии в системе массовой коммуникации
34. Международные коммуникации: понятие, содержание, функции
35. Отличительные особенности информации из различных источников
36. Лингвистические особенности коммуникативного процесса
37. Медиа в современном обществе
38. Медиадискурс в современных гуманитарных исследованиях
39. Метод опроса в PR и маркетинговых исследованиях.

40. Коммуникативные конфликты и способы их разрешения
41. Коммуникационные риски PR -деятельности в виртуальном медийном пространстве
42. Межкультурная коммуникация: содержание, формы, уровни, значение в условиях глобализации мирового пространства.
43. Межличностная, специализированная и массовая коммуникации: особенности и роль в современном обществе.
44. Особенности и эффективность коммуникации в рекламной деятельности.
45. Особенности и эффективность коммуникации в сфере публичных речей.
46. Пресс-службы и СМИ: проблемы взаимоотношений в процессе коммуникаций.
47. Средства массовой информации как фактор формирования общественного сознания
48. Технологии создания и продвижения медиабренда
49. Особенности организации внутренних коммуникаций организации
50. Особенности организации внешних коммуникаций организации