

**Министерство просвещения Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет
им. К. Д. Ушинского»**

Факультет русской филологии и культуры

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Курсовая работа

(модуль дисциплин по выбору)

Разработчики:

доктор филологических наук, доцент

профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Л. В. Ухова

Ярославль – 2021

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

При написании курсовой работы формируется компетенция ПК-3 (Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн- и офлайн-коммуникаций).

Курсовые работы по модулю направлены на формирование у обучающихся навыков исследовательской деятельности в области рекламы и связей с общественностью, обоснования использования полученных знаний в профессиональной деятельности специалиста в сфере медиакоммуникаций.

Цель курсовой работы — закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при изучении учебных дисциплин ООП, формирование у студентов профессиональных компетенций и навыков самостоятельного решения профессиональных задач.

Курсовая работа является необходимым элементом самостоятельной работы студентов. Она призвана углубить теоретические и прикладные знания, полученные студентами в лекционных курсах, семинарах и на практических занятиях, привить навыки научно-исследовательской работы и дать первый опыт подготовки публикаций.

В процессе выполнения работы решаются следующие **задачи**:

- систематизация, закрепление и конкретизация теоретических знаний по соответствующим циклам дисциплин;
- приобретение навыков ведения самостоятельной исследовательской работы, включая поиск и анализ необходимой информации;
- формирование у студентов системного мышления через определение целей и постановку задач работы и навыков ведения научно-исследовательской деятельности;
- самостоятельное исследование актуальных вопросов;
- развитие при анализе теоретических проблем и практических примеров умения формулировать выводы и предложения.

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ НА СПЕЦСЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЯХ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Автор курсовой работы обязан посещать занятия в спецсеминаре по рекламе и связям с общественностью и регулярно информировать научного руководителя о ходе

своей деятельности, сообщать ему о трудностях и проблемах, которые встретились в процессе работы, советоваться по всем вопросам, возникающим при проведении самостоятельного исследования.

В течение семестра работа над курсовым проектом ведется студентом по заранее составленному и утвержденному руководителем графику.

Подготовительный этап работы предусматривает:

- изучение соответствующей научно-исследовательской литературы по теме;
- анализ тенденций развития отрасли и отчетливое понимание состояния изучаемого вопроса;
- формирование методологической базы работы и отбор методов исследования;
- определение объекта и предмета исследования;
- разработку содержания работы;
- написание чернового варианта курсовой работы.

Основной этап работы — подготовка текста исследования. Как правило, первый вариант курсовой работы нуждается в редактировании. Помощь в этом студенту оказывает руководитель семинара, который отмечает достоинства проведенного исследования, определяет недостатки и пути их устранения. Курсовое исследование должно обязательно пройти апробацию в виде чтения доклада на одном из занятий спецсеминара, после чего итоговый вариант работы, оформленный в соответствии с требованиями стандарта, предоставляется научному руководителю и рецензенту (из числа слушателей спецсеминара) за неделю до защиты.

Заключительный этап деятельности студентов в спецсеминаре — открытая защита курсовых проектов, к которой допускаются преподаватели кафедры, аспиранты и магистранты, студенты старших курсов.

ВЫБОР ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выбор темы курсовой работы с обоснованием целесообразности ее разработки осуществляется студентом и преподавателем совместно, после чего тема утверждается на кафедре журналистики и медиакоммуникаций (варианты формулировок тем см. в Приложении 1).

Тематика курсовых работ обусловлена требованиями модуля и содержит следующие типы тем:

- курсовые работы, направленные на анализ и обобщение зарубежных и отечественных теорий и практик рыночного хозяйствования для формирования и развития рекламной и PR-деятельности;

- работы, посвященные разработке и организации рекламной или PR-кампаний;
- работы, направленные на выявление концептуальных основ развития рекламной деятельности на предприятии;
- работы, посвященные оптимизации технологий рекламного дела и PR-деятельности;
- работы, связанные с выявлением информационно-компьютерного обеспечения рекламной деятельности фирмы;
- работы, ориентированные на технологию создания и производства медиапродукта;
- работы, выявляющие систему способов и средств создания эффективного медиатекста.

При определении темы курсовой работы необходимо учитывать следующие условия:

- соответствие темы курсовой работы содержанию дисциплины, по которой выполняется курсовая работа;
- актуальность проблемы;
- наличие специальной литературы и возможность получения фактических данных, необходимых для анализа;
- собственные научные интересы и способности студентов;
- возможность использования основных методов и технологий современного рекламоведения и пиарологии.

*****Рекомендации**

При выборе темы курсовой работы руководствуйтесь вашими научными интересами, глубиной знаний по выбранному направлению и своими возможностями.

Постарайтесь учесть перспективы вашего исследования и преемственность темы курсового проекта с выпускной квалификационной работой.

СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Содержание курсового проекта отражает специфику данного научного исследования, выявляет меру самостоятельности студента при решении исследовательской проблемы и степень овладения необходимыми компетенциями.

Общие требования, предъявляемые к содержанию курсовой работы:

- содержание должно быть структурировано в соответствии с целями и исследовательскими задачами, которые ставит перед собой автор;

- обязательным компонентом содержания курсовой работы является анализ научной литературы, послужившей базой для самостоятельного исследования. Список литературы должен содержать не менее 15-20 источников;
- основу работы составляет самостоятельный анализ фактического материала. Критерием оценки качества исполнения этой части работы является глубина и объем анализа, грамотное использование методов исследования, предложенная собственная модель аналитического описания;
- содержание работы должно быть направлено на достижение цели и решения задач, сформулированных во «Введении». Критерием оценки глубины содержания работы является степень успешности достижения поставленной цели на каждом этапе исследования;
- сформулированные в «Заключении» выводы должны соответствовать целям и задачам. Они должны быть обоснованными, представляющими авторский вариант решения поставленной проблемы. Выводы определяют специфику рассматриваемого явления, содержат его качественную и количественную характеристику. В «Заключении» могут быть обозначены перспективы дальнейшего исследования проблемы;
- используемый понятийно-категориальный аппарат должен быть корректным, формулировки краткими, точными, исключающими субъективность и неоднозначность толкования;
- курсовая работа должна быть написана грамотно, хорошим литературным и профессиональным языком, иметь правильно оформленный инструментальный аппарат.

*****Рекомендации.**

Начинайте работу над курсовым проектом с изучения классификации и систематизации научных источников по интересующей вас проблеме. Все свои наблюдения и замечания фиксируйте письменно в форме тезисов, выписок, конспектов или картотеки идей. Это сделает обзор проблемным, а не хронологическим, поможет оценить историю и современное состояние вопроса, определиться с методологией исследования и понятийным аппаратом работы.

Не забывайте, что практическая часть работы является органичным продолжением теоретической части, в противном случае курсовое исследование потеряет необходимую целостность.

СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Структура работы — краткое содержание глав и параграфов основной части работы.

Курсовая работа содержит следующие структурные элементы:

- титульный лист
- оглавление;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список литературы (библиография);
- приложения.

Титульный лист (см. образец оформления титульной страницы в Приложении 2)— первая страница курсовой работы, на которой указываются следующие реквизиты: полное наименование министерства, вуза, название подразделения (институт, факультет, кафедра), в котором выполнена работа, название темы, фамилия, имя, отчество автора, фамилия, инициалы и ученая степень (звание) научного руководителя, наименование места и год выполнения.

Сведения об авторе и руководителе удостоверяются личными подписями. Титульный лист не нумеруется.

Оглавление содержит:

- введение;
- название глав и параграфов основной части, пункты и подпункты;
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения (в случае необходимости).

Последовательность и формулировка рубрик в оглавлении должны соответствовать рубрикам курсовой работы.

Оглавление включает порядковые номера и наименование структурных элементов курсовой работы с указанием номера страницы, на которой они помещены.

Введение — наиболее формализованная часть курсовой работы. Во введении обосновываются ***выбор темы***, определяемый ее актуальностью, формируются проблемы и круг вопросов, необходимых для ее решения; указываются ***объект*** и ***предмет*** исследования, определяется ***цель*** работы с ее расчленением на взаимосвязанный комплекс ***задач***, подлежащих решению для раскрытия темы; указываются используемые ***методы*** анализа, дается характеристика ***материала*** исследования и его объема; определяются ***актуальность, научная новизна и практическая значимость*** предполагаемого научно-практического описания проблемы.

- *Актуальность темы исследования* — обоснование теоретической и практической важности выбранной для исследования проблемы.
- *Цель и задачи курсовой работы* — краткая и четкая формулировка цели проведения исследования и нескольких задач, решение которых необходимо для достижения поставленной цели.
- *Предмет исследования* — формулировка конкретного вопроса или анализируемой проблемы.

Основная часть курсовой работы содержит, как правило, 2-3 главы, каждая из которых в свою очередь делится на параграфы.

Первая глава носит общетеоретический характер. В ней на основе изучения работ отечественных и зарубежных авторов излагается сущность исследуемой проблемы, рассматриваются различные подходы к ее решению, дается их оценка, обосновываются и излагаются собственные позиции начинающего исследователя. Эта глава служит теоретическим обоснованием будущей практической части исследования.

Вторая глава носит аналитический характер. В ней дается глубокий анализ изучаемой проблемы с использованием различных методов исследования. При этом студент не ограничивается констатацией фактов, а выявляет тенденции развития, вскрывает недостатки и намечает пути их возможного устранения. Эта глава служит практическим обоснованием предпринятого в дальнейшем экспериментального описания собранного материала. Полнота и качество ее выполнения непосредственно определяют глубину и обоснованность полученных результатов в опытно-экспериментальной части работы.

Третья глава является проектной. В ней студент разрабатывает предложения по внедрению предложенной модели исследования материала. Все рекомендации должны носить конкретный характер, быть доведены до стадии разработки, обеспечивающей практическое применение предложенной методики и технологии аналитического или проблемного описания. Базой для разработки конкретных предложений служит проведенный во 2-ой главе анализ исследуемой проблемы, предложенная экспериментальная модель анализа, а также имеющийся отечественный и зарубежный опыт описания, предложенный для исследования проблемы.

Обязательной для курсовой работы является логическая связь между главами, которая обеспечивается микровыводами по каждой главе.

В заключении курсовой работы логически последовательно излагаются теоретические и практические выводы и предложения, к которым пришел студент в результате исследования. Они должны быть краткими и четкими, дающими полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности исследования.

Пишутся они тезисно и должны отражать основные выводы по теории вопроса, по проведенному анализу и всем предлагаемым в дальнейшем направлениям разработки проблемы с оценкой ее эффективности в связи с выбранным предметом исследования.

В списке литературы (библиографии) должны быть представлены основные источники по теме: учебная литература, монографические исследования, в т.ч. переведенные на русский язык и на языке оригинала, периодические справочники и интернет-источники. Составление более полной библиографии предполагает включение наиболее важных статей, опубликованных в научных и профессиональных журналах, а также сборниках научных статей.

На основные приведенные в списке источники должны быть ссылки в тексте курсовой работы.

В приложение следует отнести вспомогательный материал, который может иметь иллюстративную функцию, наглядно обеспечивать научные рассуждения автора на том или ином этапе работы.

Приложения помещают в конце курсовой работы.

Приложения нумеруются арабскими цифрами порядковой нумерации. Номер приложения размещается в правом верхнем углу над заголовком приложения после слова «Приложение» (без знака №). Приложения должны иметь общую с остальной частью курсовой работы сквозную нумерацию страниц. На все Приложения в основной части курсовой работы должны быть ссылки. Последовательность приложений должна соответствовать их упоминанию в тексте.

Примерное соотношение между отдельными частями работы следующее: введение – 1-2 страницы, заключение – 2-3 страницы, список используемой литературы – 1-2 страницы. Большую часть работы занимает основная часть.

*****Рекомендации**

*Структурирование работы лучше начинать с **основной части**: внимательно прочитайте разделы курсовой, отредактируйте их, напишите выводы к каждому пункту, уточните формулировку глав и параграфов. Затем напишите **заключение** по всей работе. Только после этого приступайте к написанию **введения**. Составьте выверенный **библиографический список**. Чтобы на этом этапе не испытывать затруднений, с самого начала работы над курсовым проектом возьмите за правило фиксировать все источники, к которым вы обращались за время работы. Назовите автора, заглавие работы, выходные*

данные; в конспектах первоисточников не забудьте проставить номера страниц, так как ссылка на использованную литературу в курсовой работе предполагает обязательное указание номера страницы, откуда взята цитата. Сделайте список приложений (если они предполагаются). Закончите структурирование курсовой работы оформлением **содержания** (оглавления) и **титульного листа**.

ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

- Текст работы печатается на одной стороне листа формата А4.
- Все заголовки работы печатаются прописными буквами
- Названия всех глав, разделов, параграфов, пунктов в тексте работы должны строго соответствовать формулировкам, данным в содержании.
- Страницы текста нумеруются с третьей, с которой начинается введение.
- Цитируемый текст заключается в кавычки. Ссылки на источник могут быть **подстрочными** (внизу страницы под чертой), **затекстовыми** (со сквозной нумерацией), **внутритекстовыми** (в квадратных скобках с указанием № источника в библиографическом списке и № страницы, например [3; с. 46] или [3; с 46-48]. Знак сноски ставится перед знаком препинания (за исключением восклицательного, вопросительного знаков и многоточия).
- Наиболее оптимальный объем курсовой работы: 20-25 страниц печатного текста.
- Работа должна быть представлена в напечатанном (или рукописном) виде и помещена в специальную папку для курсовых работ.

***Рекомендации.

Осуществляйте набор текста в текстовом редакторе Microsoft Word; гарнитура – Times New Roman; кегль – 14, интервал – 1,5, абзацный отступ – 1, 25; выравнивание по ширине строки. Поля стандартные: слева – 3 см., справа – 1 см., сверху – 2,5 см., снизу – 2,5 см.

В тексте работы допускаются общепринятые условные сокращения: т.е. (то есть), и т.д. (и так далее), и т.п. (и тому подобное), и др. (и другие), и пр. (и прочие), см. (смотри), ср. (сравни), г. (год), гг.(года).

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа оценивается по 5-балльной шкале.

Критериями оценки курсовой работы являются:

- актуальность и степень разработанной темы;
- творческий подход и самостоятельность в анализе, обобщениях и выводах;
- полнота охвата первоисточников и исследовательской литературы;
- уровень овладения методикой исследования;
- научная обоснованность и аргументированность обобщений, выводы и рекомендации;
- научный стиль изложения;
- соблюдение требований к оформлению работы и сроков ее исполнения.

Уровни сформированности компетенций

<p>«Отлично»</p>	<p>Оценка «отлично» выставляется студенту, у которого элементы компетенции ПК-3 сформированы на высоком уровне.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Студент на высоком уровне умеет обобщать, систематизировать, формулировать аргументированные умозаключения и выводы, оформлять полученные результаты исследования; видеть значение проводимого исследования, его результатов для профессиональной деятельности. Умеет успешно применять современные информационные технологии для сбора, обработки и анализа данных. Самостоятельно осуществляет анализ исследуемого феномена. - Студент демонстрирует высокий уровень владения принципами участия в научных дискуссиях, выступлениях с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационных сетях) представления материалов собственных исследований; навыками использования результатов собственной исследовательской деятельности для решения профессиональных задач в сфере рекламы и PR. Владеет навыками использования современных информационных технологий для сбора, обработки и анализа информации. <p>Допускает не более 2 неточностей.</p>
<p>«Хорошо»</p>	<p>Оценка «хорошо» выставляется студенту, у которого элементы компетенции ПК-3 сформированы не ниже, чем на среднем уровне.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Студент демонстрирует хороший уровень знаний принципов критического анализа источников информации, практического материала, полученных результатов исследования, формулирования аргументированных умозаключений и выводов. Обнаруживает достаточный уровень знаний основных методов и приемов анализа, но допускает отдельные неточности. - Студент на достаточном уровне умеет обобщать, систематизировать, формулировать аргументированные умозаключения и выводы, оформлять полученные результаты исследования; видеть значение проводимого исследования, его результатов для профессиональной деятельности. Умеет применять современные информационные технологии для сбора, обработки и анализа данных, но допускает отдельные недочеты. - Студент демонстрирует хороший уровень владения принципами участия в научных дискуссиях, выступлениях с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационных сетях) представления материалов собственных исследований; на достаточном уровне владеет навыками использования результатов собственной исследовательской

	<p>деятельности для решения профессиональных задач в области рекламы и PR. Владеет навыками использования современных информационных технологий для сбора, обработки и анализа информации.</p> <p>Допускает не более 2 ошибок и 4 неточностей.</p>
«Удовлетворительно»	<p>Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, у которого элементы компетенции ПК-3 сформированы не ниже, чем на низком уровне.</p> <p>- Студент в целом знает основные научные концепции, актуальные проблемы, методологические подходы и принципы современного рекламоведения и пиарологии, особенности планирования и организации исследования; имеет представление об основных этапах создания научного текста; осведомлен о принципах подготовки научных обзоров, аннотаций, составления рефератов и библиографии по различным темам.; знает принципы сбора и обработки данных и основные методы и приемы анализа данных.</p> <p>- Студент на удовлетворительном уровне умеет выделять основные характеристики научных концепций в области медиа, актуальные направления исследования; в целом умеет планировать и выполнять исследование, использовать модели, методы и приемы, адекватные исследуемой проблеме; способен оценивать источники информации, практический материал, полученные результаты исследования; умеет готовить научные обзоры, аннотации, составлять рефераты и библиографии по различным темам. Осуществляет сбор и обработку данных; применяет традиционные методы и приемы анализа данных.</p> <p>-Студент удовлетворительно владеет навыками определения сущностных характеристик научных концепций в области рекламоведения и пиарологии; навыками планирования и выполнения исследований, использования моделей, методов и приемов, адекватных исследуемой проблеме; навыками критического анализа источников информации, практического материала, полученных результатов исследования; навыками систематизации, обобщения, формулирования аргументированных умозаключений и выводов, оформления полученных результатов исследования; на удовлетворительном уровне владеет навыками сбора и обработки данных, навыками применения традиционных методов и приемов анализа данных.</p> <p>Допускает не более 4 ошибок и 6 неточностей.</p>
«Неудовлетворительно»	<p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, у которого элементы компетенции ПК-3 не сформированы.</p>

ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Аттестация по курсовой работе (проекту) производится в виде ее защиты перед комиссией в составе не менее 2 преподавателей, в присутствии научного руководителя работы. В отсутствие научного руководителя защита может быть проведена при условии представления им письменного положительного отзыва на курсовую работу. Состав комиссии, порядок ее работы определяется заведующим кафедрой, на которой выполнялась курсовая работа, оформляется распоряжением по кафедре и доводятся до сведения

студентов, руководителей курсовых работ и членов комиссий не позднее, чем за 10 дней до защиты. Законченная и оформленная в соответствии с установленными требованиями курсовая работа (проект) сдается на кафедру и передается научному руководителю, который оценивает работу, подписывает ее и готовит отзыв. В случае положительного отзыва научного руководителя курсовая работа допускается к защите. Защита курсовой работы (проекта) должна быть проведена до начала экзаменационной сессии.

Курсовая работа передается на кафедру за неделю до даты защиты, если другие сроки не оговорены специально. Дата защиты курсовой работы определяется кафедрой и согласовывается с деканом. Расписание защиты курсовой работы вывешивается на доске расписаний за 10 дней до начала защиты.

Работа должна получить письменный отзыв рецензента из числа студентов, назначенных научным руководителем теоретического спецсеминара (см. Приложение 4). На защите студенту предоставляется 5-7 минут для выступления, которое содержит краткую характеристику работы: предмета исследования, задач и методов исследования с анализом результатов (см. Приложение 5). На защите выступают научный руководитель (см. Приложение 6) и рецензент, дающие оценку работы.

Обязательным в ходе защиты является организация научной дискуссии и активное в ней участие (см. Приложение 7).

Защита курсовой работы состоит из доклада студента по теме работы в течении 5-7 минут, презентации (см. Приложение 8), ответов на вопросы членов комиссии и присутствующих на защите, отзывов научного руководителя и рецензента.

Решение об оценке курсовой работы принимается по результатам анализа предъявленной курсовой работы, доклада студента на защите и его ответов на вопросы. Курсовая работа оценивается дифференцированной отметкой: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

*****Рекомендации**

В докладе необходимо емко изложить содержание курсовой работы и результаты, к которым вы пришли в ходе исследования.

С самого начала определите актуальность избранной научной проблемы, степень ее изученности, обозначьте цели и задачи исследования, мотивируйте выбор эмпирического материала. Затем дайте краткую характеристику структуры и содержания работы, познакомьте аудиторию с итоговыми выводами.

Постарайтесь заинтересовать слушателей своим выступлением, не подходите к защите только с формальных позиций. Будет правильно, если вы заранее продумаете и напишите основные тезисы выступления, но помните, что лучше всего воспринимается «живое слово». Создайте в своей речи ситуацию потенциального диалога с аудиторией, тем самым пригласив ее к последующей дискуссии.

Для большинства из вас защита курсовой работы – первый серьезный опыт публичного научного выступления. Он вам очень пригодится в дальнейшем. Готовясь к выступлению, посоветуйтесь со своим научным руководителем и следуйте его рекомендациям. Не забудьте в финале своей защиты поблагодарить научного руководителя за помощь, оказанную в процессе вашей работы над курсовой. Поблагодарите всех, кто участвовал в дискуссии и кто присутствовал на защите.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Выпускные квалификационные работы: подготовка и написание бакалаврских сочинений, дипломных работ, магистерских диссертаций [Текст]: учебно-методическое пособие/ [сост. Е.М. Болдырева и др.; науч.ред. И.Ю. Лученецкая-Бурдина]. - Ярославль:Изд-во ЯГПУ, 2010. - 56 с.
2. Золотарева А.В. и др./сост. Выполнение курсовой работы студентами бакалавриата. - Ярославль: ЯГПУ, 2010. – 24 с.

Дополнительная:

1. Аниськина Н.В., Колышкина Т.Б. Рекламный текст: теория и практика анализа, Ярославль, ЯГПУ, 2010. – 254 с.
2. Солганик Г.Я., Дроняева Т.С., Стилистика современного русского языка и культура речи, М, Академия, 2004. – 256 с.
3. Ухова Л.В., Тихонова О.А., Интерпретационный анализ текстов печатной рекламы, Ярославль, ЯГПУ, 2008. – 139 с.
4. Аниськина Н.В., Ухова Л.В. Русский язык и культура речи. – Ярославль, ЯГПУ, 2010. – 191 с.
5. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2012. – 375 с.
6. Ухова Л.В. Интерпретационные модели анализа текстов массовой коммуникации, Ярославль, ЯГПУ, 2010. – 104 с.

Варианты тем курсовых работ

Анализ рекламного текста

- Способы аргументации в рекламном сообщении (на материале одной товарной категории)
 - Особенности рекламных сообщений в мужских и женских журналах (на материале 1-2 товарных категорий)
 - Средства выразительности, используемые в рекламных заголовках
 - Сопоставительный анализ рекламных текстов (заголовков, ОРТ) в глянцевого и недорогих журналах (на материале одной товарной категории)
 - Коммуникативные стратегии в рекламных текстах, рассчитанных на разные типы аудитории
 - Способы адресации в рекламном обращении
 - Гендерные особенности рекламных образов (на материале рекламных текстов одной товарной категории)
 - Функции текста в наружной рекламе
 - Особенности жанра афиши (анонса, рекламного интервью, консультации специалиста и т.д.) в теле- и радиорекламе
 - Анализ удачных рекламных кампаний: причины успеха
 - Соотношение рекламного заголовка и основного текста: особенности взаимодействия.
 - Приемы языковой игры в текстах рекламы
 - Структурно-композиционные особенности жанра рекламной статьи (очерка и т.д.)
 - Особенности текстовой информации в жанре каталога.
 - Языковая игра в региональной и столичной наружной рекламе.
 - Средства выразительности в телевизионной рекламе.
 - Способы презентации текстовой информации в рекламно-информационных журналах.
 - Социальная реклама как отражение проблем современного общества.
 - Соотношение рекламных и редакционных материалов в печатных изданиях.
 - Гендерные особенности вербальной составляющей мужских и женских рекламных журналов
 - Поликодовое пространство рекламного текста

- Языковые средства воздействия в региональной печатной рекламе (на 2-3 товарные категории)

- Способы и средства аргументации в радиорекламе (телерекламе)
- Особенности рекламных сообщений образовательных учреждений.
- Вербальные средства идентификации потребителя в рекламном сообщении.
- Рекламный текст в политическом и социальном дискурсе.

PR- деятельность

- Персонаж-герой как элемент корпоративного стиля.
- Имидж региона (на примере ...).
- Ивент-маркетинг конкретного PR-субъекта.
- Внутренние и внешние коммуникации как составляющие имиджа компании.
- Формирование имиджа организации средствами рекламы и PR-технологий.
- Интегрированные коммуникации в деятельности PR-агента.
- Имидж печатного издания (региональный, республиканский уровень).
- «Языковой паспорт» и «коммуникативный портрет» сотрудника рекламной службы или PR-агента.

Общие (сквозные) темы

Предлагаемые темы носят обобщенно-универсальный характер и по выбору студента и руководителя могут конкретизироваться **по объекту**.

Темы разделены на две группы:

1. исследовательские, аналитические работы;
2. проекты и разработка конкретных продуктов для субъектов рынка.

В формате курсовой работы выполняются мероприятия по сбору информации, проводятся подготовительные (к дипломному проекту) работы, которые, тем не менее, имеют самостоятельную ценность.

Исследования:

1. Анализ образцов различных видов рекламы или элементов фирменного стиля:

- по отраслевому принципу;
- по временному принципу.

(«Слоганистика банков России за период 1998-2007 гг.»; «Цветовые предпочтения в ФС предприятий общественного питания Ярославля, 2006-2007 гг.»).

2. Исследование процессов, происходящих в рекламной отрасли (по территории в современных условиях):

- технологические новинки, техника;
- соотношение медиасил;
- соотношение маркетинговых коммуникаций в комплексе отрасли.

(«Использование мобильной связи в рекламировании розничных товаров»).

3. Исследование истории развития ведущих мировых и российских брендов и опыта успешных рекламных кампаний.

(«Процесс ребрендинга сотовых операторов Билайн и МТС», «Коммуникационная составляющая успеха бренда «Кока-Кола»).

4. Исследование особенностей рекламы различных стран (национальная специфика).

(«Сравнительный анализ визуальных элементов рекламы розничных сетей России и Великобритании»).

5. Исследование различных рекламных носителей и каналов распространения.

(«Возможности и динамика роста интернет - рекламы в России в 2006-2007 гг.»).

Проектирование:

1. Организация рекламной деятельности предприятия-производителя

- в секторе B2B;
- в секторе B2C;
- в т.ч. сферы услуг;
- розничной торговли;
- СМИ.

2. Организация и управление деятельностью предприятий рекламной отрасли (рекламной агентство, коммуникационная группа, продакшн):

- в т.ч. управление кадрами;
- внедрение инноваций;
- работа с клиентами, поставщиками.

3. Разработка проекта рекламной кампании или программы маркетинговых коммуникаций (сейлз промоушн, ДМ, мерчандайзинг, ивент-маркетинг).

4. Разработка оригинального рекламного носителя (или технологии) и оценка инновации.

- 5.. Разработка рекламного продукта (или комплекта, в т.ч. фирменного стиля), применяемого в различных видах рекламы: ТВ, радио, полиграфия, ООН и др.
6. Разработка проектов, направленных на улучшение имиджа вуза или отделения.

Образец оформления титульной страницы

Министерство просвещения Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К. Д. Ушинского»
Факультет русской филологии и культуры

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Курсовая работа на тему

«.....»

Работа выполнена студентом

(ФИО)

Курс _____

Группа _____

Подпись _____

Научный руководитель

(должность, уч. звание, ФИО)

Подпись _____

Ярославль

2021

Образец оформления страницы «Содержание»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1.	6
1.1.....	6
1.2.....	10
1.3.....	14
ГЛАВА 2.....	15
2.1.....	15
2.2.....	20
2.3.....	25
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	29
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	30
ПРИЛОЖЕНИЯ	

Образец рецензии

**Рецензия
на курсовую работу
студента очной (заочной) формы обучения
направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Ярославского государственного педагогического университета им. К. Д. Ушинского
Ф.И.О. студента

Тема курсовой работы

В рецензии необходимо отразить следующие аспекты:

Актуальность и новизну избранной темы

Глубину, творческий характер анализа источников

Полноту раскрытия цели и задач исследования в тексте курсовой работы

Глубину и обоснованность выводов

Научное и практическое значение выводов

В заключении рецензент излагает свою точку зрения об общем уровне курсовой работы: о ее соответствии требованиям, предъявляемым к подобного рода научно-исследовательским работам, а также дает работе «положительную» или «удовлетворительную» оценку.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Рецензент (Ф.И.О.): _____

Подпись

« _____ » 20 г.

Образец слова для защиты курсовой работы

1. **Этикетное вступление** (ключевые слова: «Уважаемые члены комиссии, уважаемые коллеги! Вашему вниманию предлагается курсовая работа на тему ...»)
2. **Характеристика основных положений работы (актуальность, научная новизна, предмет, цель, задачи, методы, практическая ценность исследования)** (ключевые слова: «актуальность настоящего исследования обусловлена»; «предметом нашего исследования является...»; «цель нашего исследования - »; «для реализации цели необходимо решить следующие частные задачи»; «в ходе исследования были использованы следующие методы ...»; «практическая ценность исследования заключается в ...».
3. **Знакомство с основными выводами по материалам исследования** (ключевые слова: «на первом этапе необходимо было ...» (характеристика теоретических положений исследования); «анализ теоретических положений позволил» (характеристика направлений, моделей исследования, характеристика теоретических подходов, определение собственного направления теоретического поиска (по выводам первых теоретических глав); «в ходе теоретических изысканий мы пришли к следующим выводам ...».
4. **Знакомство с основными выводами по материалам исследования в практической части работы** (ключевые слова: «нами был собран, обработан и представлен материал»; «в практической части исследования были реализованы следующие задачи»; «в результате проведенного практического исследования был получен материал, который представляет определенную ценность» (характеристика исследовательского материала и практической значимости работы).
5. **Этикетное заключение** (ключевые слова: «подводя итог, следует подчеркнуть» (теоретическая значимость, научная новизна, практическая ценность); «перспективы исследования мы видим в ...» или «результаты исследования могут быть представлены как ...»

«Благодарю за внимание! Готов (а) выслушать Ваши вопросы...»

ОТЗЫВ
руководителя курсовой работы
студента очной/заочной формы обучения
направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Ярославского государственного педагогического университета
им. К.Д. Ушинского

Ф.И.О. студента_____

Тема курсовой работы_____

[illegible]

Руководитель (Ф.И.О., должность, звание):

Подпись _____

« » 20 г.

Оценка выступающего в ходе защиты

Фамилия, имя, отчество выступающего	Тема курсовой работы	Вопросы, возникающие в ходе защиты	Краткая рецензия	Оценка

Дата

Подпись участника научной
дискуссии

Требования к оформлению мультимедийных презентаций

Оформление слайдов	
Стиль	<ol style="list-style-type: none"> 1. Соблюдайте единый стиль оформления. 2. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. 3. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунок). 4. Первый слайд презентации должен содержать тему проекта, ФИО исполнителя, группу.
Фон	<ol style="list-style-type: none"> 1. Для фона выбирайте более холодные тона (синий, зеленый).
Использование цвета	<ol style="list-style-type: none"> 1. На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста. 2. Для фона и текста слайда выбирайте контрастные цвета.
Анимационные эффекты	<ol style="list-style-type: none"> 1. Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. 2. Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания на слайде.
Представление информации	
Содержание информации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Используйте короткие слова и предложения. 2. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. 3. Заголовки должны привлекать внимание аудитории.
Расположение информации на странице	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предпочтительно горизонтальное расположение информации. 2. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. 3. Если на слайде картинка, надпись должна располагаться под ней.
Шрифты	<ol style="list-style-type: none"> 1. Для заголовков – не менее 24. 2. Для информации – не менее 18. 3. Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния. 4. Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации. 5. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив и подчеркивание.
Способы выделения информации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рамки, границы, заливки. 2. Разные цвета шрифтов, штриховку, заливку. 3. Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.
Объем информации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут запомнить не более трех фактов, выводов, определений. 2. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом слайде.

Виды слайдов

Для обеспечения разнообразия следует использовать различные виды слайдов:

- 1) с текстом;
- 2) с таблицами;
- 3) с диаграммами.

Помните, что Ваше выступление не должно дублировать информацию на слайде!

Не молчите, пока комиссия знакомится с информацией на слайде!