

**СИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ**

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ**

Методические указания к выполнению курсовой работы  
для студентов по направлению 031600  
"Реклама и связи с общественностью"

Новосибирск 2012

## Кафедра Государственное и муниципальное управление

Основы теории коммуникации: Методические указания и задания к выполнению курсовой работы для студентов направления 031600 «Реклама и связи с общественностью» / Сост.: доцент, канд. ист. наук А.А. Шадт. – Новосибирск: СГУПС, 2012. – 13 с.

Рецензент С.Ю. Полунина, канд. соц. наук, доцент

Методические указания рекомендованы к изданию кафедрой рекламы, протокол

## 1. Общие положения

Написание курсовой работы – составная часть учебного процесса, предполагающая самостоятельную работу студента. Цели и задачи курсовой работы разнообразны: научная, познавательная, учебная, методическая.

В процессе написания курсовой работы происходит развитие мышления, творческих способностей студентов; овладение первичными навыками самостоятельной работы, связанной с поиском, систематизацией и обобщением существующих литературных источников (научной и учебной литературы), а также формирование умений анализировать и критически оценивать исследуемый научный и практический материал.

Цель курсовой работы по дисциплине «Основы теории коммуникации» – углубление и систематизация знаний в области коммуникации и применение их для выстраивания эффективного процесса коммуникации. В процессе выполнения курсовой работы формируются исследовательские умения и навыки.

## 2. Структура и содержание курсовой работы

Курсовая работа содержит теоретические и практические положения по рассматриваемым вопросам.

Структурные элементы курсовой работы:

1. *Титульный лист.* Указать полное название университета, кафедры и дисциплины, по которой выполняется курсовая работа, тему курсовой работы, фамилию, имя и отчество студента, а также группу, в которой он обучается. Здесь же должна содержаться информация о руководителе. Образец оформления титульного листа курсовой работы приводится в приложении 1.

2. *Содержание.* Включает перечень структурных единиц курсовой работы с указанием номера первой страницы размещения каждой.

3. *Введение.* Является вступительной частью курсовой работы. Оно должно содержать оценку современной ситуации по изучаемым проблемам, обоснование актуальности выбранной темы. Во введении следует сформулировать объект, цель и задачи исследова-

ния, определить круг проблем, нуждающихся в изучении. Объем введения – 1,5–2 страницы.

4. *Основная часть.* Должна быть представлена несколькими самостоятельными разделами. Разделы курсовой работы включают более мелкие по своему объему структурные части – подразделы, пункты, подпункты (для четкого обозначения вопросов, исследуемых в рамках каждого раздела). Все разделы курсовой работы должны быть сопоставимы друг с другом. Основная часть курсовой работы должна содержать как теоретический аспект по исследуемой проблеме, так и практические разработки студента в рамках темы курсовой работы. Поддержка теоретической части практическими разработками должна быть согласована с руководителем.

5. *Заключение.* Содержит краткие выводы, связанные с решением задач, обозначенных во введении, а также основные рекомендации и предложения автора. Их следует формулировать сжато, лаконично и аргументировано, избегая обилия общих слов и бездоказательных утверждений. Объем заключения не должен превышать 3-4 страниц.

6. *Список использованной литературы.* Состоит из расположенных в алфавитном порядке литературных источников, которые использовались при выполнении курсовой работы. В библиографическом описании каждого источника указывается фамилия, инициалы автора, наименование работы, место издания, издательство, год издания и номера страниц материала, относящегося к теме исследования.

7. *Приложения.* В работе могут быть приложения, включающие вспомогательные материалы, таблицы, графики.

### 3. Основные этапы выполнения курсовой работы

Курсовая работа является для студента первым опытом научного исследования, которое представляет собой спланированный процесс, состоящий из нескольких стадий. Весь процесс выполнения курсовой работы можно разделить на несколько этапов:

- выбор темы, консультация и составление предварительного плана работы;
- сбор информации, относящейся к теме исследования, изучение литературы и нормативного материала;
- анализ и обработка собранного материала;
- уточнение плана работы;
- изложение темы;
- оформление курсовой работы;
- представление курсовой работы на кафедру для рецензирования;
- устранение указанных в рецензии замечаний;
- защита курсовой работы.

*Выбор темы* курсовой работы осуществляется из списка, представленного в данном издании (раздела 4). Следует избегать дублирования тем в пределах группы. При выборе темы курсовой работы рекомендуется исходить из собственных интересов к определенным вопросам дисциплины.

Незначительное изменение темы курсовой работы студентом разрешается по согласованию с преподавателем. Студент может предложить свою формулировку темы для написания курсовой работы, в этом случае она должна быть согласована с заведующим кафедрой. Если студент в установленные сроки не выбрал тему курсовой работы, кафедра вправе определить ее по собственному усмотрению.

*Составление предварительного плана курсовой работы.* Работу необходимо начинать с составления плана исследования, определения ключевых проблем, подлежащих изучению. Такой подход во многом облегчает определение структуры будущей работы, которая должна быть сбалансированной и иметь внутреннее единство.

Студент должен выполнять курсовую работу в соответствии с

планом, согласованным с руководителем, скорректированным и утвержденным преподавателем.

*Защита курсовой работы.* К защите допускается окончательный вариант работы, исправленный с учетом замечаний и имеющий письменную рецензию руководителя.

Не принимаются к рецензированию курсовые работы, написанные на основе только учебной литературы. Курсовая работа не может быть простым пересказом научной литературы. Необходимо критическое отношение к прочитанной литературе, всесторонний и глубокий анализ ее материалов и практики.

Курсовая работа подлежит защите на кафедре ГМУ. Время защиты согласовывается с преподавателем. Студент может защитить курсовую работу во время еженедельной консультации преподавателя на кафедре. Защита представляет собой краткое изложение основных положений работы, ответы на вопросы преподавателя. В процессе защиты студент учится отстаивать свое мнение, аргументировано отвечать на поставленные вопросы.

Курсовая работа оценивается по результатам защиты. Преподаватель при выставлении оценок студентам руководствуются следующими критериями:

- оценка «отлично» выставляется студенту, продемонстрировавшему в курсовой работе всестороннее и глубокое знание материала, умение свободно оперировать понятийным аппаратом, формулировать собственную точку зрения и ее отстаивать, определять эффективность медиапланирования;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, продемонстрировавшему в курсовой работе полное знание учебного материала, владеющему понятийным аппаратом;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, продемонстрировавшему в курсовой работе знание основного программного материала, но допустившему погрешности в ответах на вопросы преподавателя;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебного материала и допустившему принципиальные ошибки в формулировании основных вопросов темы курсовой работы.

При оценке курсовой работы учитывается степень владения ма-

териалом, самостоятельность и глубина сделанных выводов, точность выполнения требований, предъявляемых к курсовой работе.

#### **4. Требования к оформлению курсовой работы**

Курсовые работы принимаются только в сброшюрованном, печатном виде и их объем не должен превышать 30 страниц печатного текста, выполненного на листах формата А4 (210×297мм), без приложений. Объем приложений – не более 5 страниц. Печать осуществляется шрифтом *Times New Roman* (размер 14) через полтора интервала.

Оформление курсовой работы подробно описано в методических указаниях для написания выпускной квалификационной работы [5].

Страницы нумеруются арабскими цифрами, номера ставят в центре верхней части страницы без точки, со второй страницы (первая страница (титульный лист) не нумеруется). Каждый раздел, а также введение, заключение, библиографический список и приложение начинаются с новой страницы.

Содержание должно включать введение, наименования всех разделов, заключение, список использованной литературы, приложения. В содержании указываются номера страниц, с которых начинаются эти элементы курсовой работы.

Текст следует печатать с соблюдением следующих размеров полей: для страниц с книжной ориентацией: правое – 16 мм, верхнее – 20 мм, левое – 25 мм, нижнее – 25 мм; для страниц с альбомной ориентацией: правое – 20 мм, верхнее – 25 мм, левое – 25 мм, нижнее – 16 мм. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, применяя курсив либо полужирное выделение. В обязательном порядке в тексте устанавливается автоматическая расстановка переносов.

Фамилии, названия учреждений, организаций, фирм и другие имена собственные приводят на языке оригинала. Допускается употреблять имена собственные и приводить названия организаций в переводе на русский язык с добавлением (при первом упоминании) оригинального названия. Употребление сокращений или аббревиатур

также допускается, но при первом упоминании они должны быть расшифрованы. Например: *Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС)*.

*Заголовки разделов* следует печатать прописными буквами, без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

*Разделы работы* обозначаются арабскими цифрами с точкой и записываются с абзацного отступа.

*Иллюстрации* (диаграммы, схемы, рисунки, образцы рекламной продукции и т.п.) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть даны ссылки. Например: ... *в соответствии с рисунком 1, как показано на рисунке 1.1, на рисунке 1.1 приведены...* Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, нумеруются арабскими цифрами (нумерация сквозная). Подрисуючную надпись помещают под иллюстрацией в центре, например: *Рис. 1. Структура рекламного агентства*. Точка в конце подрисуючной надписи не ставится.

*Таблицы* применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. На все таблицы, приведенные в курсовой работе, должны быть ссылки в тексте. Таблица должна содержать единицы измерения. Если единица измерения единая, то ее указывают после заголовка. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным и кратким. Название таблицы помещают в центре строки после нумерационного заголовка. Возможна как сквозная нумерация таблиц, так и в пределах одного раздела. Нумерация таблиц в приложениях осуществляется в пределах каждого приложения. Если таблица не вмещается на одну страницу, то все ее графы нумеруются, перешедшая на следующую страницу часть таблицы начинается с нумерационной строки. Над ее продолжением ставится курсивом заголовков «*Продолжение табл. 1.1*» (если таблица не заканчивается) и «*Окончание табл. 1.1*» (если таблица заканчивается). Образец оформления таблицы:

Информационное сопровождение рыночных ситуаций

Рыночная ситуация	Информационное сопровождение
Покупатель хорошо знает товар	Создать ситуацию, позволяющую потребителю принять решение о покупке
Покупатель знает товар, но не знаком с его разновидностями	Раскрыть достоинства незнакомых потребителю марок
Покупатель не знает товара	Создать интерес к товару

Таблицы каждого приложения нумеруют отдельно арабскими цифрами. Например, вторая таблица в третьем приложении может быть обозначена: Таблица П 3.2.

*Формулы* следует выделять в тексте курсивом. Выше и ниже каждой формулы должна быть оставлена свободная строка. Пояснения значений символов и числовых коэффициентов приводятся непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Формулы нумеруют в пределах всей работы: арабской цифрой в круглых скобках у края правого поля. Например:

$$P^*(t) = 1 - \frac{n(t)}{N}, \quad (4)$$

где  $P^*(t)$  – вероятность получения информации в период времени;

$n(t)$  – численность потребителей, не проявивших интереса к полученной информации, чел;

$N$  – численность целевой потребительской группы, чел.

Ссылки в тексте на номера формул дают в скобках. Например: в ... формуле (1).

Ссылки на литературные источники приводятся в тексте в квадратных скобках. Например: ...по определению Л.Ш. Лозовского, Б.А. Райзберга и А.А. Ратновского рынком принято называть экономические отношения, возникающие в процессе обмена товаров и услуг [14]. Номера страниц литературного источника в этом случае указывать не обязательно. В случае если приводится цитата или цифровые данные, номера страниц источника указываются в обязательном порядке. Например: По определению Л.Ш. Лозовского, Б.А. Райзберга и А.А. Ратновского: «Рынок – это экономические отношения,

*связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение и рыночные цены» [19, с. 236].*

По всему тексту курсовой работы должно быть соблюдено единообразие кавычек и буллит. Используемая литература приводится в следующей последовательности:

- 1) государственные документы – законодательные акты, директивные и нормативные материалы;
- 2) статистические источники (официальные сборники, сообщения и обзоры) – в хронологическом порядке;
- 3) книги и брошюры в алфавитном порядке (по фамилии автора);
- 4) периодические издания (газеты, журналы);
- 5) специальные виды нормативно-технических документов – стандарты, патенты и т.п.;
- 6) работа на иностранном языке;
- 7) другие источники.

Количество страниц в книгах может не указываться. Библиографический список оформляется согласно ГОСТ 7.1 - 2003 [5].

*Приложение* оформляется как продолжение курсовой работы. В тексте на все приложения должны быть даны ссылки. Каждое приложение следует начинать с новой страницы, в верхнем правом углу ее размещается нумерационный заголовок и номер (по порядку, арабскими цифрами). Например: *Приложение 1*. Если в работе одно приложение, оно не нумеруется. Приложение должно иметь тематический заголовок (написанный по центру, с прописной буквы). Если приложение занимает более одной страницы, то на его последней странице курсивом пишется, например, «*Окончание прил. 1*», а на промежуточных «*Продолжение прил. 1*».

# СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

## Основная литература

1. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям педагогического образования / Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена. - Санкт-Петербург: Книжный Дом, 2008.
2. Иеронова И.Ю. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие / Рос. гос. ун-т им. Иммануила Канта. - Калининград: Изд-во Российского государственного университета, 2006.
3. Основы теории коммуникаций. Под ред. проф. М.А. Василика. Учебник рек. МО РФ. М.: Гардарики, 2005.
4. Поцепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-Бук, 2008.
5. Шарков Ф. Основы теории коммуникации: Учебник доп. МО РФ. М: Социальные отношения, 2007.

## Нормативные документы

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

## Дополнительная литература

1. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации М.: Из-во РУДН, 2002.
2. Гаврилова М.В. Основы теории коммуникации. Программа дисциплины. СПб.: ВШЭ, 2011.
3. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. М.: Наука, 1980.
4. Дейк ван Т. Язык. Познание. Коммуникация. - М.: Прогресс, 1989.
5. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984.
6. Касаткин С.Ф. Техника обратной связи.- СПб., 2002.

7. Мечковская Н.Б. Семиотика: язык. Природа. Культура : курс лекций.- 2-е изд., Москва: Академия, 2007.
8. Мирошниченко И.В. Семиотика : конспект лекций - Москва : А-Приор, 2007.
9. Моисеева А.П. Основы теории коммуникации. Рабочая программа. - Томск: ТПУ, 2004.
10. Новые идеи в теории и практике коммуникации : сборник научных трудов / Санкт-Петерб. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. теории коммуникации; отв. ред.: Д.П.Гавра. - Санкт-Петербург : Роза мира, 2006.
11. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999.
12. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. М.: Рефл-Бук, 2001.
13. Семиотика. М., 1983.
14. Ситников А., Гундарин М.В. Победа без победителей: очерки теории прагматических коммуникаций. – М.: «Имидж – Контакт», 2003.
15. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб.: Михайлов, 2002.
16. Терин В.П. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. М.: Изд-во МГИМО, 2000.
17. Тоффлер А. Третья волна. Американская модель: с будущим в конфликте. М.: Прогресс, 1984.
18. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект-Пресс, 2004.
19. Хубецова З. Ф. Основы теории коммуникации. Рабочая программа дисциплины. СПб.: СГУЭФ, 2011.
20. Чувакин А.А., Чернышова Т.В. и др. Введение в теорию коммуникации. Барнаул: АГУ, 2006.

### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1. PowerPoint
2. MS Word
3. Internet Explorer
4. Adobe Acrobat

5. [www.google.com](http://www.google.com)
6. [www.wikipedia.ru](http://www.wikipedia.ru)
7. Электронные ресурсы библиотеки СГУПС
8. <http://www.icahdq.org/> сайт Международной ассоциации коммуникации.
9. <http://www.natcom.org/> сайт Национальной коммуникативной ассоциации США.
10. [www.russcomm.ru](http://www.russcomm.ru) сайт Российской коммуникативной ассоциации.
11. [www.cios.org-encyclopedia-mcluhan-index.html](http://www.cios.org-encyclopedia-mcluhan-index.html) - информация о вкладе Мак-Люэна в теорию коммуникации.
12. <http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html> – Информация об истории коммуникативных систем.
13. <http://www.medialiteracy.boom.ru/> Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России.
14. <http://www.raso.ru/>
15. <http://pr-news.spb.ru/> Газета «PR-news»
16. Библиотека Екатерины Алеевой: журналистика, реклама, PR <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm>

СИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ

Кафедра Государственное и муниципальное управление

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине: «ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»

на тему \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Студента (ки) \_\_\_\_\_ курса

\_\_\_\_\_

(ФИО)

\_\_\_\_\_

(группа, шифр)

Руководитель \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(должность, ученая степень, звание)

\_\_\_\_\_

(ФИО)

Оценка после защиты

\_\_\_\_\_

Состав комиссии:

\_\_\_\_\_

(подпись)

(ФИО)

\_\_\_\_\_

(подпись)

(ФИО)

\_\_\_\_\_

(подпись)

(ФИО)

Дата защиты \_\_\_\_\_

Новосибирск 2014

## Основы теории коммуникации»

### Темы курсовых работ:

1. Знаковые системы и теория массовой коммуникации У. Эко.
2. Кинесика как выразительное средство рекламы, кино и телевидения.
3. Интегрированные коммуникации в условиях коммуникативной революции и информационно-коммуникативного общества.
4. Э. Сепир: коммуникативные свойства культуры и роль языка. Языковые явления в рекламе и связях с общественностью.
5. Коммуникации в организациях: невербальный аспект.
6. Концепции массового общества, массовой аудитории и массовой культуры. Реклама как продукт массовой культуры.
7. Невербальная коммуникация как выразительное средство рекламы, кино и телевидения.
8. Основные гипотезы происхождения языка.
9. Основные концепции социальной сущности, роли и функций социальных коммуникаций и медиа в современном обществе.
10. Интегрированные коммуникации в условиях формирования информационно-коммуникативного общества в России.
11. Проксемика как выразительное средство кино и телевидения.
12. Публичные коммуникации античности и средневековья.
13. Публичные коммуникации Нового времени и эпохи Просвещения.
14. Теория информационного общества (Д. Белл) и современные интегрированные коммуникации.
15. Теория информационного общества (О. Тоффлер) современные интегрированные коммуникации.
16. Теория мифа Р. Барта и современная реклама.
17. Технологический прогресс, общественный прогресс и развитие социальных коммуникаций.
18. Технологический детерминизм в философии М. Маклюэна и визуализация современной массовой коммуникации.
19. Умберто Эко: семиотический анализ языка телевидения.
20. Медиа в моделях массовой культуры.
21. Медиа в обществе.
22. «Звезды» как медиафеномен.
23. Слухи как особый вид коммуникации.
24. Демократическое государство: коммуникативные основы.
25. Цветные революции и мыльные оперы как коммуникативные аналоги.
26. Эффекты массовой коммуникации.
27. Информационные переходы в истории человечества.
28. Технологии коммуникативного воздействия.
29. Теория третьей волны Э. Тоффлера.
30. Коммуникативные барьеры: причины и пути преодоления (на материале коммуникативно-речевой деятельности сокурсников, в семье и др.).
31. Смешанное (креализованное) сообщение в публичной коммуникации.
32. Коммуникативная и прагматическая цели коммуникации в сфере рекламы (на материале рекламных изданий).
33. Диалогичность монологической коммуникации: рассказ о событии.
34. Запись на доске как письменное сообщение (на материале академической сферы коммуникации).
35. Записка как письменное сообщение (на материале частных и служебных записок).
36. Жанры Интернет-коммуникации (на примере сообщений разных жанров).
37. Автокоммуникация в художественной прозе (на примере произведений разных авторов).
38. Проект «Встреча одноклассников»: коммуникативное обеспечение.
39. Самопрезентация в жизни современного человека.