

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

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

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Методические указания

Составители:

Ю.В. Кудашова Т.Ю. Димитрова

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Оренбург
2021

УДК 316.77(о76.5)

ББК 60.524я7

С 69

Рецензент – кандидат политических наук Т.А. Никитина

С 69 **Социология массовой коммуникации:** методические указания / составители Ю.В. Кудашова, Т.Ю. Димитрова; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2021. – 23 с.

Основное содержание: массовая коммуникация, информационное общество, средства массовой информации, основные подсистемы СМИ: печать, радио и телевидение, социология массовой коммуникации как отрасль социологического знания, СМК как социальная подсистема, эффективность массовой коммуникации.

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Социология массовой коммуникации» предназначены обучающимся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

УДК 316.77(о76.5)

ББК 60.524я7

© Кудашова Ю.В.,
Димитрова Т.Ю.,
составление, 2021
© ОГУ, 2021

Содержание

Введение.....	4
1 Общие сведения о содержании курсовой работы.....	5
2 Выбор темы и подбор литературы.....	8
3 Разработка плана и основной части курсовой работы	11
Приложение А (обязательное) Варианты заданий на выполнение курсовой работы.....	16
Приложение Б (обязательное) Пример оформления списка использованных источников	18
Приложение В (обязательное) Пример оформления титульного листа курсовой работы.....	20
Приложение Г (обязательное) Пример оформления содержания.....	21
Приложение Д (обязательное) Бланк «Задание на выполнение курсовой работы»..	22
Приложение Е (обязательное) Бланк «Рецензия на курсовую работу»	23

Введение

В подготовке высококвалифицированных специалистов по рекламе и связям с общественностью важная роль принадлежит курсовой работе по дисциплине «Социология массовой коммуникации». Курсовая работа выявляет общий уровень подготовки студентов, теоретические знания, умение анализировать социальные процессы и является итоговым предэкзаменационным этапом в изучении данной дисциплины.

Курсовая работа выполняется в целях:

- закрепления теоретических знаний, полученных студентами в процессе изучения специфики социологии массовой коммуникации;
- расширения и систематизации теоретических и практических знаний;
- приобретения опыта подготовки библиографии по избранной теме и развития навыков самостоятельной работы с литературой;
- овладения методами исследования массовой коммуникация как предмета социологического анализа;
- подготовки и проведения эмпирического социологического исследования;
- развитие навыков написания и защиты развернутой теоретической работы.

В процессе работы студент должен проявить умение свободно ориентироваться в комплексе вопросов по дисциплине, понимать взаимосвязь изучаемого курса со смежными дисциплинами.

При выполнении курсовой работы формируются навыки анализа массовой коммуникации, подготовки и проведения эмпирического социологического исследования, успешного выполнения выпускной квалификационной работы на выпускном курсе.

1 Общие сведения о содержании курсовой работы

1.1 Структура курсовой работы

Курсовая работа является одним из видов самостоятельной работы студентов, выполняется в соответствии с рабочей программой дисциплины «Социология массовой коммуникации» и служит для развития необходимых специалисту навыков практического использования изученного на лекционных и семинарских занятиях материала.

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание;
- лист рецензии
- содержание;
- введение;
- две или три главы, каждая из которых включает два-три подраздела;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

1.2 Оформление курсовой работы

Общие требования и правила оформления курсовой работы изложены в СТО 02069024.101–2015 РАБОТЫ СТУДЕНЧЕСКИЕ. (по ссылке):
http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015.pdf

1.3 Стиль изложения курсовой работы

Курсовая работа должна быть выдержана в стиле письменной научной речи. Стилю письменной научной речи характерно использование конструкций, исключая употребление местоимения первого лица единственного и множественного числа, местоимений второго лица единственного числа.

При этом рекомендуется использовать следующие варианты:

- неопределенно-личные предложения, например, «Вначале производят

отбор факторов для анализа, а затем устанавливают их влияние на показатель»;

- формы изложения от третьего лица, например, «Автор полагает...»;
- предложения со страдательным залогом, например, «Разработан комплексный подход к исследованию...».

В научном тексте нельзя использовать разговорно-просторечную лексику. Нужно использовать категории науки. Если есть сомнения в стилистической окраске слова, необходимо обратиться к словарю. Важнейшим средством выражения смысловой законченности, целостности и связности научного текста является использование специальных слов и словосочетаний. Примеры приведены в таблице 1. Для выражения логической последовательности используют сложные союзы: благодаря тому что, между тем как, так как, вместо того чтобы, ввиду того что, оттого что, вследствие того что, после того как, в то время как и др. Особенно употребительны производные предлоги в течение, в соответствии с, в результате, в отличие от, наряду с, в связи с, вследствие и т.п.

В качестве средств связи могут использоваться местоимения, прилагательные и причастия (*данные, этот, такой, названные, указанные, перечисленные*).

В научной речи используются указательные местоимения «этот», «тот», «такой». Местоимения «что-то», «кое-что», «что-нибудь» в тексте научной работы обычно не используются.

Таблица 1.3 – Средства связи между предложениями

Речевая функция	Лексические средства
1 Последовательность изложения мыслей	вначале, прежде всего, затем, во-первых, во-вторых, значит, итак
2 Переход от одной мысли к другой	прежде чем перейти к, обратимся к, рассмотрим, остановимся на, рассмотрев, перейдем к, необходимо остановиться на, необходимо рассмотреть
3 Противоречивые отношения	однако, между тем, в то время как, тем не менее
4 Причинно-следственные отношения	следовательно, поэтому, благодаря этому, сообразно с этим, вследствие этого, отсюда следует, что
5 Отношение	действительно, видимо, надо полагать, возможно, вероятно, по сообщению, по сведениям, по мнению, по данным
6 Итог, вывод	итак; таким образом; значит; в заключение отметим; все сказанное позволяет сделать вывод; подводя итог, следует сказать; резюмируя сказанное, отметим

Для выражения логических связей между частями научного текста используются следующие устойчивые сочетания: *приведем результаты исследования; как показал анализ; на основании полученных данных*. Для образования превосходной степени прилагательных чаще всего используются слова *наиболее, наименее*. Не употребляется сравнительная степень прилагательного с приставкой *по-* (например, *повыше, побыстрее*). Особенностью научного языка является констатация признаков, присущих определяемому слову. Так, прилагательное *следующие*, синонимичное местоимению *такие*, подчеркивает последовательность перечисления особенностей и признаков (например, *Рассмотрим следующие факторы, влияющие на формирование рынка труда*).

1.4 Текущий контроль и защита курсовой работы

Текущий контроль исполнения работы в соответствии с графиком, осуществляется преподавателем. Выделяются следующие этапы выполнения работы:

- 1 Выбор темы, подбор, изучение и анализ литературы по избранной теме.
- 2 Разработка и утверждение плана курсовой работы.
- 3 Сбор и обработка фактического и нормативного материала.
- 4 Подготовка текста глав.
- 5 Оформление курсовой работы (графической части и списка использованных источников, введения, заключения).

Выполненная курсовая работы предъявляется к защите после проверки и одобрения руководителем работы. Студент кратко докладывает основные вопросы, разработанные в ходе выполнения курсовой работы, и отвечает на вопросы и замечания. Защита оформляется зачетом с соответствующей оценкой. Примерная структура доклада при защите курсовой работы дана в приложении.

2 Выбор темы и подбор литературы

Тематика курсовых работ по дисциплине «Социология массовой коммуникации» разрабатывается в соответствии с актуальными проблемами массовой коммуникации и развития российского общества на современном этапе. Тематика утверждается на заседании кафедры. Выбор темы работы осуществляется после консультации с преподавателем, ведущим курс, по которому пишется курсовая работа.

При подготовке курсовой работы должны быть изучены фундаментальные труды представителей теории и практики социологии, социологии массовой коммуникации, рекламы, связей с общественностью, монографии по выбранной проблеме, сборники статей, профессиональные и отраслевые издания, данные официальных сайтов организаций, социальные сети. Основная и дополнительная литература приведены в рабочей программе дисциплины.

При подборе нормативно-правовых актов необходимо использовать возможности тематического поиска документов в справочной правовой системе «Гарант», а также в других справочных системах - «Консультант», «Кодекс». Эти справочно-информационные системы значительно облегчают тематический поиск необходимых нормативных документов.

Особую ценность в работе представляет использование результатов самостоятельно проведенных социологических исследований, контент-анализа, материалов о деятельности предприятий, организаций, банков и т.п.

Необходимо использовать данные интернет-ресурсов:

1. Министерство экономического развития и торговли РФ:

– официальный сайт <http://www.economy.gov.ru>: представляет информацию о деятельности Министерства, законах РФ, публикует реестр официальных документов.

2. Федеральная служба государственной статистики РФ:

– официальный сайт <http://www.gks.ru>: содержит новости, статистическую информацию, каталог публикаций.

3. Центры изучения общественного мнения:

- фонд «Общественное мнение» <https://fom.ru/>: российская организация, занимающаяся проведением социологических исследований. ФОМ занимает первое место в Профессиональном рейтинге исследовательских компаний;
- аналитический Центр Юрия Левады (АНО Левада-Центр) <https://www.levada.ru>: российская негосударственная исследовательская организация. Центр проводит социологические и маркетинговые исследования. Левада-Центр является одной из крупнейших исследовательских компаний в России;
- Всероссийский центр исследования общественного мнения <https://wciom.ru/>: исследовательская организация, регулярно проводящая социологические и маркетинговые исследования на основе опросов общественного мнения.

4. Информационно-аналитические системы:

- Интегрум <http://www.integrum.ru/>: система предоставляет возможности поиска и создания автоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40 000 источников: печатных изданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций. Предоставляются архивы федеральных и региональных СМИ России;
- сайт информационного агентства Regnum <http://www.regnum.ru/>: новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире;
- Public.Ru <http://www.public.ru/> – полный спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к уникальной коллекции публикаций СМИ, мониторинг прессы и проведение аналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ;
- Advertology: наука о рекламе <http://advertology.ru/>: новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности;

– журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)» <http://www.rbc.ru/>: аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация;

– русское издание журнала «Forbes» <http://www.forbes.ru/>: аналитические статьи, актуальная экономическая и политическая информация.

5. Специализированные издания по рекламе и связям с общественностью:

– <http://www.mediascope.ru/> – Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Медиаскоп»;

– «ПОЛИС. Политические исследования» <https://www.politstudies.ru/> – научный и культурно-просветительский журнал.

6. Профессиональные организации и союзы:

– Общероссийская общественная организация "Союз журналистов России" <http://ruj.ru/> – является основанным на членстве творческим неполитическим общественным объединением, учрежденным для осуществления деятельности по защите интересов журналистов России;

– сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью <http://www.raso.ru/>: консолидации усилий отдельных операторов PR-рынка для решения вопросов общеотраслевого значения;

– «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПРЕСС-КЛУБ. ЧУМИКОВ ПР И КОНСАЛТИНГ» (МПК) <http://www.pr-club.com/> – коммуникационное агентство, оказывающее полный цикл услуг в области связей с общественностью (PR – публич рилейшнз).

3 Разработка плана и основной части курсовой работы

3.1 Разработка плана

После выбора и утверждения темы курсовой работы составляется план. Он должен соответствовать ранее выданному заданию на курсовую работу. Составление плана – ответственный этап в работе, который предполагает четкое и ясное представление о содержании выбранной темы. Все разделы (главы) плана и подразделы должны быть четко сформулированы, логически между собой связаны и починены одной главной проблеме, которая отражена в названии работы.

План курсовой работы должен включать заголовки двух - трех взаимосвязанных глав. Каждая глава должна включать два-три параграфа (пункта), которые раскрывают ее содержание. При этом название параграфа не должно совпадать с названием главы и темы работы.

Формулировки глав и параграфов должны быть достаточно краткими, не содержать лишней информации. Как правило, формулировка главы (параграфа) включает одно предложение.

Курсовая работа имеет творческий характер, поэтому план всегда имеет динамичный, подвижный характер. В случае необходимости план может корректироваться по согласованию с руководителем работы.

Студент должен самостоятельно разработать черновой вариант плана. Окончательный вариант утверждает руководитель.

3.2 Введение

В содержании должны быть отражены следующие элементы:

- актуальность выбранной темы;
- цель и задачи работы;
- объект и предмет исследования;
- информационная база работы (фундаментальные труды, учебная литература, монографии, нормативные документы, статистические материалы);
- методы, используемые в процессе выполнения работы (общенаучные и

конкретные методы исследования).

Актуальность темы характеризует степень ее важности в данный момент и в данной ситуации для решения данной проблемы (задачи, вопроса). Студент в ходе подготовки курсовой работы рассматривает отдельные аспекты проблемы в соответствии с выбранной темой.

На основе сформулированной проблемы работы устанавливается ее цель. Цель работы – это то, что в самом общем виде должно быть достигнуто в итоге написания курсовой работы. Цель является идеальным представлением результата, который должен быть получен. Формулировка цели работы обычно начинаются словами «разработать что-либо», «обосновать что-либо», «выявить что-либо» и т.п.

Сформулированная цель работы логически определяет ее задачи, которые чаще всего выступают как частные, сравнительно самостоятельные цели и рассматриваются как основные этапы курсовой работы. Чаще всего формулировки таких задач делаются в форме перечисления и должны корреспондировать с названиями параграфов.

Пример - «Исходя из указанной цели работы, основными задачами являются:

- 1) изучить ...;
- 2) выявить ...;
- 3) проанализировать...».

Во введении представляется степень разработанности проблемы в литературе с указанием авторов, занимающихся данной проблемой и аспектов ее исследования, а также «белых пятен» в разработке проблемы.

Методы, используемые в процессе подготовки курсовой работы, служат средством решения поставленных задач.

3.3 Разработка теоретических и практических вопросов курсовой работы

В первой главе рекомендуется рассмотреть теоретические вопросы. Представляется обзор литературы с изложением различных точек зрения по выбранной теме. Необходимо использовать периодическую литературу за последние пять лет.

Целесообразно начинать изложение рассматриваемой проблемы с оценки степени изученности исследуемой проблемы, рассмотреть вопросы, которые к настоящему времени теоретически и практически решены, а также дискуссионные, с различных точек зрения освещаемые в научной литературе. При этом необходимо определить собственную точку зрения и обосновать ее. Также следует осветить изменения рассматриваемой проблемы в обозримый период с целью выявления основных тенденций и особенностей ее развития.

Большое значение имеет правильная трактовка используемых понятий, их точность и научность. Употребляемые термины должны быть общепринятыми либо приводиться со ссылкой на автора.

В процессе подбора, изучения имеющихся литературных источников по рассматриваемой проблеме необходимо найти сходство и различия точек зрения разных авторов, дать их анализ и обосновать свою позицию по данному вопросу.

Во второй и третьей главах теоретические исследования, проведенные в первой главе, находят свое практическое подтверждение в развитии коммуникационных процессов, разрешения кризисных ситуаций. Представляются пути и методы решения поставленных проблем.

Материал, используемый в курсовой работе из других литературных источников, должен быть переработан, связан с темой курсовой работы и изложен своим словами. Объем работы примерно составляет 30-35 страниц.

3.4 Заключение

Заключение носит форму обобщения теоретических и практических результатов, изложенных в основной части. Заключение представляет собой последовательное, логически стройное изложение полученных выводов и их соотношение с целью работы и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении. Выводы следует писать в логической последовательности, опираясь на промежуточные выводы и результаты. Затем их надо обобщить и сформулировать общий вывод по всей работе, указав на перспективу исследования.

3.5 Список использованных источников

После заключения помещается список использованных источников. Список составляет одну из существенных частей курсовой работы и отражает самостоятельную творческую работу студента.

Каждый включенный в такой список источник должен иметь отражение в тексте работы. Список должен содержать не менее 15 источников, которые отражают информацию об исследуемой проблеме за последние три года.

3.6 Рецензирование курсовой работы и допуск к защите

Курсовая работа отдаётся на рецензирование в соответствии с графиком. Рецензирование курсовой работы проводит её руководитель. В письменной рецензии указываются положительные и отрицательные стороны курсовой работы, даются рекомендации для возможного предложения исследования, заключение о допуске к защите, а также предварительная оценка работы. Окончательная оценка выставляется по результатам защиты. При подготовке к защите необходимо внимательно ознакомиться с рецензией, постараться понять сделанные руководителем замечания и выполнить все рекомендации. Во время защиты студент должен глубокие знания проблем, освещённых в курсовой работе, уметь ответить на смежные вопросы. Для успешной защиты можно составить тезисы работы, т.е. кратко изложить суть проблемы и продумать ответы на возможные дополнительные вопросы. Если курсовая работа не допускается к защите, студент должен её доработать с учётом указанных замечаний и повторно представить руководителю.

Таблица 3.6 – Примерная структура доклада при защите курсовой работы

Элементы доклада	Время
1 Представление студента и темы работы	не более 2 мин.
2 Актуальность темы	
3 Цель работы и ее задачи	
4 Логика построения работы в первой и второй главах (вопросах)	не более 1 мин.
5 Обоснование каждого вывода и предложения, содержащегося в третьей главе (вопросе)	не более 6 мин.

Продолжение таблицы 3.6

Элементы доклада	Время
6 Работа, проделанная студентом, по замечаниям руководителя	не более 1 мин.
7 Заключительная часть (перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы)	
Итого	10 мин.

Время доклада в ходе защиты курсовой работы ограничено 7-10 мин. Поэтому рекомендуется придерживаться указанных интервалов. Объем доклада приблизительно равен 3-4 листам текста в формате Word при размере шрифта 14 пунктов и одинарном интервале.

3.7 Оценка курсовой работы

Оценку **«отлично»** получает студент, который показал в работе и её защите глубокие знания по теме, творчески использовал их для анализа современного состояния проблемы, смог обобщить фактический материал и сделал выводы и предложения. Оценку **«хорошо»** получает студент, который выявил глубокие знания по теме в работе и в процессе защиты, широко осветил все вопросы, но не проявил творческого отношения к работе. Оценку **«удовлетворительно»** получает студент, правильно раскрывший в работе и при её защите основные вопросы выбранной темы, но изложивший вопросы недостаточно логично и допустивший частые неточности.

Курсовая работа, получившая оценку **«отлично»**, может быть рекомендована на конкурс научных студенческих работ, использована при подготовке доклада и выступления на студенческой конференции. Курсовая работа, получившая оценку **«неудовлетворительно»** в ходе защиты, должна быть возвращена студенту на доработку и защищена повторно. Курсовая работа, являющаяся плагиатом, автоматически получает оценку **«неудовлетворительно»**.

Приложение А

(обязательное)

Варианты заданий на выполнение курсовой работы

1. Технологии работы со СМИ в позиционировании региона
2. Технологии работы со СМИ в реализации имиджа муниципального образования
3. Информационная стратегия развития туристического имиджа региона
4. Информационная среда региона
5. Информационная политика муниципального образования
6. Информационная политика региона
7. Позиционирование региона как основная стратегия связей с общественностью
8. Политические коммуникации региональных отделений политических партий
9. Позиционирование имиджа политической партии
10. Законодательная власть и СМИ
11. Позиционирование имиджа Городского Совета
12. Исполнительная власть и СМИ
13. Судебная власть и СМИ
14. Регион в информационном пространстве России
15. Рекламные технологии в позиционировании политических партий
16. Рекламные технологии в позиционировании имиджа региона
17. Социальная реклама в средствах массовой коммуникации
18. Интернет технологии в реализации заявленного имиджа региона
19. Интернет технологии в формировании эффективных отношений с инвесторами
20. Формирование имиджа динамично развивающегося региона
21. Информационная стратегия формирования имиджа региона как эффективной площадки для развития бизнеса

22. Информационная стратегия реализации имиджа региона с высокоразвитым человеческим капиталом
23. Информационная стратегия имиджа региона с уникальным природным ландшафтом
24. Информационная стратегия приграничного региона
25. Анализ уровня доверия населения к региональной власти
26. Анализ уровня доверия населения к муниципальной власти.
27. Реализация стратегии открытости в деятельности органов исполнительной власти (законодательной, судебной власти).
28. Анализ уровня одобрения жителями региона деятельности Законодательного Собрания
29. Информационно-коммуникативные технологии реализации социальных проектов на региональном уровне
30. Информационно-коммуникативные технологии в реализации бизнес – проектов
31. Позиционирование региона в федеральных СМИ
32. Позиционирование промышленного потенциала региона
33. Влияние СМИ на электоральные предпочтения жителей региона
34. Информационные технологии пропаганды демократических ценностей
35. Информационная культура населения региона
36. Роль СМИ в пропаганде семейных ценностей в обществе
37. Пропаганда здорового образа жизни в материалах СМИ
38. Телевизионное пространство региона
39. Интернет пространство региона
40. Печатные СМИ в региональном информационном пространстве

Приложение Б

(обязательное)

Пример оформления списка использованных источников

1. Российская Федерация. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: [офиц. текст: принят Гос. Думой 21 окт. 1994 г.: с изменениями и дополнениями на 1 июля 2021 года] // Российская газета. – 1994. – № 238-239.
2. Российская Федерация. Законы. Закон об акционерных обществах: федер. закон: [принят Гос. Думой 24 ноября 1995 г.: с изменениями на 7 августа 2001 г., редакция, действующая с 1 января 2002 г.] // Российская газета. – 2001. – № 151-152.
3. Российская Федерация. Законы. О несостоятельности (банкротстве): федер. закон: [принят Гос. Думой 27 сентября 2002 г.]. – Москва: Эксмо, 2021. – (Актуальный закон) – 784с. – ISBN 978-5-04-118602-9.
4. Актуальные проблемы реформы местного самоуправления и развития муниципального права в России [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.А. Глотов [и др.]. – Электрон. Текстовые данные. – Москва: Международный юридический институт, 2013. – 304 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34395>.
5. Бердникова, Т.В. Диагностика и анализ финансового состояния предприятия / Т.В. Бердникова. – Москва: «ИНФРА-М», 2002. – 409 с. – ISBN 5-16-000487-4.
6. Двинянинова, Г.С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе / Г.С. Двинянинова // Социальная власть языка: сб. науч. тр. / Воронежский межрегиональный институт общественных наук, Воронежский государственный университет, факультет романо-германской истории. – Воронеж, 2001. – С. 101-106.
7. Дик, Е. Кадровый состав тронулся / Е. Дик // Эксперт-Урал. – 2004. – № 13. – С. 24-29.

8. Донцова, Л.В. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2001. – 304 с. – ISBN 5-8018-0003-4.

9. КонсультантПлюс: Высшая школа [Электронный ресурс].: учеб. пособие. – Электрон. текстовые дан. (400 Мб). – [Москва] : КонсультантПлюс, 2004-2005. – Вып. 4 : К осеннему семестру 2005. – 1 электрон. опт. диск (CDROM). □ Системные требования.

10. Курс экономической теории: учебное пособие / под ред. А.В. Сидоровича. – Москва: Издательство «Дело и Сервис», 2007. – 1040 с. – ISBN 978-5-8018-0335-7.

11. Областной статистический ежегодник: сб. ст. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области. – Оренбург, 2005. – 500 с.

12. Травин, В.В. Менеджмент персонала предприятия: учебно-практическое пособие / В.В. Травин, В.А. Дятлов. – 3-е изд. – Москва: Дело, 2000. – 272 с. – ISBN 5-7749-0062-2.

Приложение В

(обязательное)

Пример оформления титульного листа курсовой работы

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт социально-гуманитарных инноваций и массмедиа

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

КУРСОВАЯ РАБОТА

по социологии массовой коммуникации

Социальная реклама в средствах массовой коммуникации

ОГУ 42.03.01.3001.21 ОО

Руководитель

д-р полит. наук, доцент

_____ Ю.В. Кудашова

« ____ » _____ 2021 г.

Исполнитель

Студент гр. 20РСО(б)ОП

_____ И.И. Иванов

« ____ » _____ 2021 г.

Оренбург 2021

Приложение Г

(обязательное)

Пример оформления содержания

Содержание

Введение.....	6
1 Теоретические основы управления репутацией компании	8
1.1 Инструменты связей с общественностью в управлении репутацией.....	8
1.2 Принципы и подходы к управлению репутацией.....	10
1.3 Инструменты связей с общественностью в управлении репутацией компании	11
2 Анализ деятельности связей с общественностью в формировании репутации компании ООО «Митжел»	16
2.1 Анализ формирования имиджа компании ООО «Митжел»	16
2.2 Анализ отношения основной аудитории к деятельности компании ООО «Митжел»	20
3 Разработка стратегии связей с общественностью на формирование высокой репутации компании ООО «Митжел»	28
3.1 Модель формирования корпоративного имиджа компании по А. Н. Чумикова	28
3.2 Интернет-технологии в реализации связей с общественностью	35
3.3 Технологии организации и проведения специальных мероприятий в формировании имиджа	41
Заключение	47
Список используемых источников.....	49
Приложение А (обязательное) Грамота за 1 место в выставке «Экспортер года 2021».....	51
Приложение Б (обязательное) Благодарность губернатора Оренбургской области.....	52
Приложение В (обязательное) Анкета социологического опроса на тему коммуникационного аудита	53
Приложение Г (справочное) Категории инструментов для продвижения SMM.....	55
Приложение Д (обязательное) Страница в Instagram компании ООО «Митжел»	56
Приложение Е (обязательное) Карта Республики Казахстан с отмеченными городами, куда ООО «Митжел» экспортирует товары	57

Приложение Д

(обязательное)

Бланк «Задание на выполнение курсовой работы»

Утверждаю
заведующий кафедрой РСоИПП

подпись

Т.Ю. Димитрова
инициалы фамилия

«15» сентября 2021 г.

ЗАДАНИЕ на выполнение курсовой работы

студенту(ке) Иванову Ивану Ивановичу
(фамилия, имя отчество)

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование)

по «Социологии массовой коммуникации»
(наименование дисциплины)

1 Тема работы «Пропаганда здорового образа жизни в материалах СМИ»

2 Срок сдачи студентом работы «21» декабря 2021 г.

3 Цель: разработать направления совершенствования пропаганды здорового образа жизни в СМИ при помощи информационных технологий

Задачи работы:

1. Рассмотреть теоретические аспекты пропаганды здорового образа жизни в СМИ.
2. Выяснить отношение студенческой молодежи к формированию здорового образа жизни, используя социологические методы.
3. Предложить основные направления совершенствования пропаганды здорового образа жизни в СМИ.

4 Исходные данные к работе: научная литература, учебная литература, научно-практическая литература, статистические данные, интернет – ресурсы организаций, материалы СМИ

5 Перечень вопросов, подлежащих разработке:

1. Теоретические аспекты пропаганды здорового образа жизни в материалах СМИ.
2. Анализ пропаганды здорового образа жизни среди молодежи.
3. Совершенствование пропаганды здорового образа жизни в СМИ.

6 Перечень графического (иллюстративного) материала рисунки, таблицы, графики

Дата выдачи и получения задания

Руководитель «15» сентября 2021 г. _____
подпись

Ю.В. Кудашова
инициалы фамилия

Студент «15» сентября 2021 г. _____
подпись

И.И. Иванов
инициалы фамилия

Приложение Е

(обязательное)

Бланк «Рецензия на курсовую работу»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт социально-гуманитарных инноваций и массмедиа
наименование факультета (института)

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

РЕЦЕНЗИЯ

на выполненную курсовую работу

Студента(ки) Иванову Ивану Ивановичу группа 20РСО(бп)ОП
фамилия имя отчество обозначение

по теме «Пропаганда здорового образа жизни в материалах СМИ»

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код наименование

1 Соответствие темы курсовой работы видам и задачам профессиональной деятельности
Тема курсовой работы полностью соответствует видам и задачам профессиональной деятельности.

2 Актуальность, полнота обзора и раскрытия темы курсовой работы
Тема курсовой работы является актуальной. В работе достаточно полно проведен обзор учебной и научной литературы по теме, проанализированы материалы СМИ. Тема курсовой работы полностью раскрыта.

3 Оценка основных результатов курсовой работы
Выделены механизмы взаимодействия СМИ и органов государственной власти по вопросам социальной политики в сфере здорового образа жизни.
Определены технологии продвижения здорового образа жизни.

Проведен социологический опрос по проблеме отношений студенческой молодежи к здоровому образу жизни.

4 Замечания (при наличии) по курсовой работе отсутствуют

5 Грамотность и стилевое оформление текста, содержательность графического материала (при наличии)

Курсовая работа написана и оформлена грамотно, то есть в соответствии с нормами русского языка, научного стиля изложения и оформления. В работе приведены рисунки, таблицы, графики.

6 Пожелания и предложения
Результаты исследования, приведенные в курсовой работе, можно использовать в ВКР и при написании научной статьи.

Курсовая работа заслуживает оценки отлично
отлично хорошо удовлетворительно

Рецензент Кудашова Юлия Владимировна
фамилия имя отчество

Подпись _____ Дата «21» декабря 2021 г.