**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»**

Тема курсовой работы раскрывается на основе изучения основной и дополнительной литературы, а не только на базе материалов учебников и учебных пособий. В списке литературы должно быть не менее 15 названий различных источников - монографий, журнальных статей, справочников, учебников, учебных пособий и официальных документов.

Во всех случаях тема должна быть актуальной, соответствовать современному уровню развития отрасли, соответствовать направлению подготовки бакалавра, целям и задачам учебной дисциплины «Основы теории коммуникации», быть достаточно конкретной и иметь прикладное значение. Тема должна быть четко сформулирована, с указанием отрасли, предприятия (учреждения, организации), на примере которого она будет выполняться.

В теме должен отражаться активный подход студента к исследованию путем включения в название глав и параграфов слов типа: *совершенствование, создание, развитие, разработка, внедрение, обоснование и т.д.*

В процессе выполнения курсовой работы тема может быть уточнена или изменена по согласованию с научным руководителем.

Правила оформления курсовых работ должны соответствовать правилам оформления научно-технических и информационных материалов, установленным в высшем профессиональном образовании на основании действующих стандартов.

 **Изложение и оформление текста выполняется в соответствии с требованиями:**

ГОСТ 7.322001 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.

Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления;

ГОСТ 7.12003 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.

Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления;

Правила оформления курсовой работы предусматривают единый порядок использования и размещения текста работы, а также приложений, применение стандартного формата бумаги, наличие иллюстративного материала (диаграмм, графиков и т.д.).

Текст курсовой работы должен быть отпечатан на компьютере через полтора межстрочных интервала с использованием шрифта Times New Roman № 14, формат бумаги – А 4. Расстояние от границы листа до текста слева - 30 мм, справа -15 мм, от верхней и нижней строки текста до границы листа - 20 мм.

Номер страницы ставится внизу посередине. Абзацы в тексте следует начинать с отступа, равного 1,25. Минимальный объем курсовой работы – 25 страниц.

Структура курсовой работы содержит:

• титульный лист;

• содержание;

• введение;

• основная часть (две- три главы, в каждой по 2-3 параграфа);

• заключение;

• список использованных источников и литературы;

• приложение(-я)

Главы (разделы) должны иметь порядковые номера в пределах всей курсовой работы, обозначенные арабскими цифрами без точки в конце.

Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и номера подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела точка не ставится.

Формулы, содержащиеся в курсовой работе, располагают на отдельных строках, нумеруют сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Все переменные, неизвестные, константы и т.п., приведенные в формулах, должны быть хотя бы единожды объяснены и расшифрованы.

Все используемые в научной работе материалы даются со ссылкой на источник: в тексте после упоминания материала проставляются в квадратных скобках номер, под которым он значится в списке использованных источников, например [5, с…].

Цифровой материал следует оформлять в виде таблиц, диаграмм, графиков.

Таблица должна иметь название, которое следует выполнять строчными буквами (кроме первой прописной) и помещать над таблицей. Заголовки граф и строк таблицы начинают с прописных букв. Высота строк в таблице должна быть не менее 8 мм. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, помещая одну часть под другой или рядом, при этом в каждой части таблицы повторяют ее головку или боковик. Допускается ее головку или боковик заменять соответственно номером граф и строк. Для этого нумеруют арабскими цифрами графы и (или) строки первой части таблицы.

Слово "Таблица..." указывают один раз над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова "Продолжение таблицы...". Название при этом помещают только над первой ее частью.

Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице физической величины, то ее обозначение необходимо помещать над таблицей справа, а при делении таблицы на части

- над каждой ее частью.

На все таблицы должны быть даны ссылки в тексте по типу "... в таблице 1".

Иллюстрации, схемы, графики и рисунки могут быть расположены как по тексту, так и в приложении. Их следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией, за исключением приложений. Обязательно в тексте должны быть ссылки на них.

Приложение оформляют как продолжение курсовой работы на последующих его листах. Каждое приложение следует начинать с новой страницы. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично тексту с прописной буквы отдельной строкой. В тексте на все приложения должны быть ссылки.

При оформлении списка использованных источников и литературы необходимо учитывать ряд правил.

Источники в списке использованной литературы позиционируются следующим образом:

1) Нормативно-правовые акты:

а) законы;

б) указы Президента РФ;

в) законодательные акты Федерального собрания РФ;

г) постановления Правительства РФ;

д) письма, инструкции, распоряжения Министерств и ведомств РФ;

2) Книги (монографии, сборники);

3) Периодические издания;

4) Статистические сборники и справочники;

5) Печатные материалы на иностранных языках;

6) Интернет-ресурсы.

Для всех литературных источников списка сохраняется непрерывная сквозная нумерация; сведения об учебниках, методической и нормативной литературе должны включать фамилию и инициалы автора или авторов, заглавие книги (без кавычек), место издания, издательство, год издания (без слов «год»), количество страниц.

**Порядок проведения защиты**

По результатам проверки курсовой работы выставляется оценка. При оценке работы учитываются её содержание, актуальность, степень самостоятельности, оригинальность выводов и предложений, качество используемого материала, а также уровень грамотности (общий и специальный).

Работа положительно оценивается при условии соблюдения перечисленных выше требований. В том случае, если работа не отвечает предъявляемым требованиям (не раскрыты тема или отдельные вопросы плана, использовано менее 15 литературных источников, изложение материала поверхностно, отсутствуют выводы), то она возвращается автору на доработку. Студент должен переделать работу с учетом замечаний и предоставить для проверки новый вариант. Если сомнения вызывают отдельные аспекты курсовой работы, то в этом случае они рассматриваются во время устной защиты работы перед комиссией. Защита является по существу демонстрацией знания темы, умения отстаивать изложенный материал, аргументировать свои выводы и предложения.

Защита курсовой работы представляет собой устный публичный отчет студента, на который ему отводится 10-15 минут, ответы на вопросы преподавателей. Устный отчет студента включает: раскрытие целей и задач исследования, его актуальность, основные выводы и предложения, разработанные студентом в процессе выполнения курсовой работы.

Студенты, не защитившие курсовые работы, к экзамену не допускаются.

**Критерии оценки курсовой работы.**

Анализ результатов выполнения курсовой работы проводится по следующим критериям:

1. Навыки самостоятельной работы с материалами, по их обработке, анализу и структурированию.

2. Умение правильно применять методы исследования.

3. Умение грамотно интерпретировать полученные результаты.

4. Способность осуществлять необходимые расчеты, получать результаты и грамотно излагать их в отчетной документации.

5. Умение выявить проблему, предложить способы ее разрешения, умение делать выводы.

6. Умение оформить работу в соответствии со стандартными требованиями.

Пункты с 1 по 6 дают до 50% вклада в итоговую оценку студента.

7. Умение защищать результаты своей работы, грамотное построение речи, использование при выступлении специальных терминов.

8. Способность кратко и наглядно изложить результаты работы.

Пункты 7,8 дают до 35% вклада в итоговую оценку студента.

9. Уровень самостоятельности, творческой активности и оригинальности при выполнении работы.

Пункт 9 дает до 15 % вклада в итоговую оценку студента.

Результаты выполнения курсовой работы оцениваются по балльно- рейтинговой системе. Максимальное количество баллов за написание и защиту курсовой работы – 15 баллов.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Балльно-рейтинговая система оценивания** | 15Баллов | 10баллов | 5балла | 0 баллов |
| **Традиционная система оценивания** | Отлично | хорошо | удовлетворительно | неудовлетворительно |

15 баллов – содержание темы раскрыто полностью, защита прошла успешно, студент ответил на все или часть дополнительных вопросов. При защите и написании работы студент продемонстрировал вышеперечисленные навыки и умения.

10 баллов – раскрыто основное содержание темы, защита прошла успешно, но выводы носят поверхностный характер, практические материалы обработаны не полностью. Студент ответил не на все дополнительные вопросы;

5 баллов – ставится студенту, который допускал просчеты и ошибки в работе, не полностью раскрыл заявленную тему, делал поверхностные выводы, слабо продемонстрировал аналитические способности и навыки работы с теоретическими источниками;

0 баллов – содержание темы не раскрыто, студент не ответил на вопросы по теме.

**Список литературы**

1. Данько Т.П., Завьялова Н.Б., Сагинова О.В. Электронный маркетинг. Учебное пособие. ИНФРА-М. М., 2003.

2. Дымшиц М.Н. Манипулирование покупателем — М.: Омега-Л, 2004. — 252 с. — ISBN 5-98119-223-2.

3. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика. Учеб.пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2010. – 287 с.

4. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: учеб. пособие для студ. вузов / Р.И. Мокшанцев; Мин-во образ-я РФ; Новосибир. гос. академия экономики и управления. - М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2008. - 230 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-000135-7 (ИНФРА-М). - ISBN 978-5-8479-0014-0 (Сибирское соглашение)

5. Павенков О.В., Павенков В.Г., Рубцова М.В. Основы теории коммуникации [Текст]: учебное пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.02 - Журналистика и 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.С.-Петерб. гос. ин-т кино и телев. - Санкт-Петербург: СПбГИКиТ, 2015.

6. Тамберг В., Бадьин А. Бренд: боевая машина бизнеса. - М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2005. - 240 с

7. Томас Гэд. 4D Брендинг: "Взламывая корпоративный код сетевой экономики". Стокгольмская школа экономики. СПб. 2003.

8. Тулупов В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет: научное издание / Тулупов, Владимир Васильевич. - Воронеж: Изд-во"Кварта", 2001. - 320с. - (Системы и коммуникации). - ISBN 5-89609-016-1

9. Учебный словарь языка связей с общественностью / под общей редакцией Л.В. Минаевой – М.: Рус.яз. – Медиа: Дрофа. 2010. – 388 с.

10. Ученова В.В. Социальная реклама. Вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие для студ. вузов / В.В. Ученова, Н.В. Старых. - М.: ИндексМедиа, 2006. - 304 с. - ISBN 5-98965-028-0

11. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Текст]: учеб.пособие для студентов вузов. М.: Дашков и К, 2011.