Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/364087>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Масс-медиа

Глава 1: Теоретическая часть 4

1.1 Анализ теоретических подходов к теме работы 4

1.2. Краткий обзор источников 5

Глава 2: Типологический анализ СМИ 7

2.1 Типология СМИ 7

2.2. Экономические признаки издания 10

2.3. Аудиторные признаки 12

2.4. Целевое назначение СМИ – по характеру осуществляемых функций 13

2.5. Исследование предметно-тематической направленности средства массовой информации 14

2.5. Исследование предметно-тематической направленности средства массовой информации 16

Заключение 18

Список литературы 20

Введение

Актуальность исследования: финансовая тематика занимает важное место в современном медиапространстве и оказывает значительное влияние на общественное мнение и экономические процессы. Интернет-СМИ становятся все более популярным и доступным источником информации о финансовых вопросах. Одним из наиболее значимых и авторитетных интернет-СМИ в сфере финансов является "РБК". Поэтому исследование освещения финансовой тематики в интернет-СМИ на примере "РБК" представляет актуальный и важный научный интерес.

Цель исследования: целью данной работы является проведение анализа освещения финансовой тематики в интернет-СМИ на примере "РБК" с целью выявления основных тенденций, подходов и особенностей информационного представления данных материалов.

Задачи исследования: для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

Произвести анализ теоретических подходов к освещению финансовой тематики в интернет-СМИ.

Определить типологию интернет-СМИ, рассмотрев их технологические, экономические и аудиторные признаки.

Выявить целевое назначение интернет-СМИ и их функциональные особенности при освещении финансовой тематики.

Исследовать предметно-тематическую направленность и жанровую специфику материалов о финансовой тематике в интернет-СМИ.

Применить метод контент-анализа для изучения освещения финансовой тематики в интернет-СМИ на примере "РБК".

Сформулировать выводы на основе проведенного исследования.

Объект и предмет исследования: объектом исследования является освещение финансовой тематики в интернет-СМИ, а предметом исследования - информационные материалы о финансовой сфере, публикуемые в интернет-СМИ на примере "РБК".

Теоретическая база исследования: в процессе работы использовались научные источники, посвященные финансовой журналистике, интернет-СМИ, освещению финансовой тематики, типологии СМИ, методам контент-анализа и другим соответствующим аспектам исследования.

Эмпирическая база исследования: в качестве эмпирической базы исследования использовались информационные материалы о финансовой тематике, опубликованные в интернет-СМИ "РБК". Особое внимание уделялось анализу текстов, заголовков, тематического разнообразия и структуры материалов.

Хронологические рамки исследования: анализ проводился в период с [указать начальную дату] по [указать конечную дату], что позволяет охватить определенный временной интервал и изучить динамику освещения финансовой тематики в интернет-СМИ.

Методы исследования: в ходе работы использовались методы анализа научной литературы, типологического анализа, контент-анализа и обобщения полученных результатов.

Структура работы: введение, теоретическая глава, типологический анализ СМИ, выводы.

Представленный план работы обеспечит систематический анализ освещения финансовой тематики в интернет-СМИ на примере "РБК" и позволит получить ценные выводы и рекомендации по данной теме.

Глава 1: Теоретическая часть

1.1 Анализ теоретических подходов к теме работы

Теоретическая часть курсовой работы "Освещение финансовой тематики в интернет-СМИ (на примере "РБК")" направлена на раскрытие содержания темы и определение существующих теоретических подходов, которые относятся к данной проблематике.

Важным аспектом теоретического анализа является определение объекта исследования. В данной работе объектом является освещение финансовой тематики в интернет-СМИ, с акцентом на примере информационного ресурса "РБК". Под объектом понимается предмет исследования, на который направлена работа.

Ключевыми понятиями, которые необходимо рассмотреть в теоретической части, являются "финансовая журналистика", "интернет-СМИ", "финансовая информация", "финансовые новости", "информационный ресурс "РБК" и др. Анализ этих понятий позволяет определить теоретическую базу и терминологию, используемую в исследованиях финансовой тематики в интернет-СМИ.

Для более полного исследования темы необходимо рассмотреть уже существующие исследования и публикации, которые затрагивают данную проблематику. Важно представить ссылки на эти источники, с указанием номера страницы, чтобы обозначить, что анализ проводится на основе предшествующих работ и научных изысканий в данной области.

Специфика данной работы заключается в фокусировке на освещении финансовой тематики в интернет-СМИ, с использованием информационного ресурса "РБК" в качестве примера. Важно избегать "расширения тематики" и фокусироваться на конкретных аспектах, связанных с данной проблематикой, без вовлечения общих тенденций в СМИ или других жанров и направлений журналистики.

Анализ теоретических подходов позволяет определить уровень разработанности проблемы и обозначить фреймворк для дальнейшего исследования освещения финансовой тематики в интернет-СМИ на примере "РБК".

1. Аниськина Н.В. Модели анализа рекламного текста / Н.В.
2. Аниськина Т.Б. Колышкина. – Москва: ИЛ, 2016. – 304 с.
3. Гуревич П.С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2: учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. – 2-е изд., испр. и доп.
4. Антипов К.В. Основы рекламы / К.В. Антипов. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 326 с.
5. Балабанов А. В. Занимательное медиапланирование. – М: РИП- холдинг, 2003.
6. Медиапланирование: учебное пособие / А. Н. Назайкин. – М.:Эксмо, 2010 – 400 с.
7. Кочеткова А.В. Медиапланирование. – М.: РИП-холдинг, 2003.
8. Стоун Б., Джейкобе Р. Директ-маркетинг: эффективные приемы. – М.: ИД Гребенникова, 2005. – 456 с.
9. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. Монография. СПб., 2000. - С. 426.
10. Романов А.А. Медиапланирование: учебно-практическое пособие
11. А.А. Романов Г.А. Васильев Р.В. Каптюхин. – Москва: Евразийский открытый институт, 2010. – 240 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/364087>