

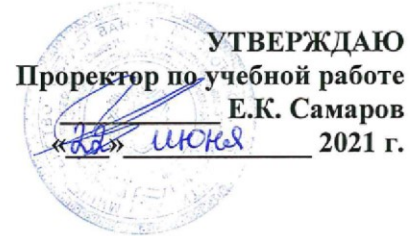


Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Московской области

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
"ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ
СОВЕТСКОГО СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-
КОСМОНАВТА А.А.ЛЕОНОВА"

Подписано цифровой подписью:
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
"ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ СОВЕТСКОГО
СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-КОСМОНАВТА
А.А.ЛЕОНОВА"



**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА**

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**«ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ДЕЛОВЫЕ И
МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): Современные коммуникационные технологии
и рекламная деятельность

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2021


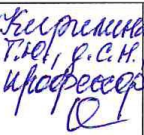
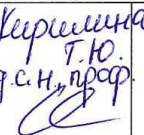
Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.


Автор: Чернышова А.Г. Рабочая программа дисциплины (модуля): Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации – Королев МО: «Технологический университет», 2021.

Рецензент: *Гайдабрус Н.В.*

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом Университета. Протокол № 13 от 22 июня 2021 года.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Кирилина Т.Ю., д.с.н., профессор 	<i>Кирилина Т.Ю., д.с.н., профессор</i> 	<i>Кирилина Т.Ю., д.с.н., профессор</i> 		
Год утверждения (переутверждения)	2021	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания кафедры	№ 11 от 10.06.2021	<i>№ 11 от 02.06.22</i>	<i>№ 11 от 21.04.23</i>		

Рабочая программа согласована:
Руководитель ОПОП ВО  *Т.Ю. Кирилина, д.соц.н, профессор*

Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:

Год утверждения (переутверждения)	2021	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания УМС	№ 7 от 15.06.2021	<i>№ 5 от 21.06.22</i>	<i>№ 6 от 16.05.23</i>		

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Цель дисциплины: формирование базовых знаний об основах методологии исследования коммуникационных систем и процессов в современном обществе, обеспечение эффективного применения полученных знаний в будущей профессиональной деятельности. Основой курса является изучение зарубежных и отечественных взглядов на теории коммуникации.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции:

(ОПК-2) - способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Профессиональные компетенции:

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Задачи дисциплины:

- изучение студентами генезиса современной коммуникации и основных этапов становления современной коммуникологии как интегрированной науки о коммуникации;

- изучения студентами тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

- изучение студентами тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

- приобретение научной информации об основных разновидностях коммуникации, её функциях и коммуникационных процессах в современном обществе;

- формирование у студентов основ систематизированных знаний о содержании, средствах и аудиториях коммуникации, возможностях

обеспечения информационного обмена в современных коммуникационных системах;

- формирование навыков самостоятельного анализа различных коммуникационных систем и процессов в современном обществе.

Показатель освоения компетенции отражают следующие индикаторы:

Трудовые действия:

ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

ПК-9.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-9.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.

Необходимые умения:

ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

ПК-9.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.

Необходимые знания:

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

ПК-9.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «**Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации**» относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «**Введение в коммуникационные специальности**» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплины «Теория и практика медиа коммуникаций» и при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Таблица 1

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ		
Виды занятий	Всего часов	Семестр 3
Общая трудоемкость	144	144
Аудиторные занятия	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практическая подготовка	-	-
Самостоятельная работа	96	96
Курсовые работы (проекты)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	+	+
Текущий контроль знаний	Тест	Тест
Вид итогового контроля	Экзамен	Экзамен
ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ		
Виды занятий	Всего часов	Курс 2
		Зимняя сессия
Общая трудоемкость	144	144
Аудиторные занятия	12	12
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практическая подготовка	-	-
Самостоятельная работа	132	132
Курсовые работы (проекты)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	+	+
Вид итогового контроля	Экзамен	Экзамен

4. Содержание дисциплины (модуля)

4.1 Темы дисциплин и виды занятий

Таблица 2

Наименование тем	Лекции, час. Очное / заочное	Практические занятия, час. Очное / заочное	Занятия в интерактивной форме, час. Очное / заочное	Практическая подготовка, час. Очное /заочное	Код компетенций
Тема 1. Возникновение и развитие теории коммуникации. Коммуникация как социальный процесс	2/0,5	4/1	-	-	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9
Тема 2. Методологические основы изучения коммуникаций	2/0,5	4/1	2/1	-	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9
Тема 3. Коммуникация как социально-психологический феномен	2/0,5	4/1	2/1	-	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9
Тема 4. Коммуникации в современном обществе: типология и характеристика	2/0,5	4/1	2/1	-	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9
Тема 5. Коммуникации в социальном управлении	2/0,5	4/1	2/1	-	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9
Тема 6. Коммуникаторы и аудитория коммуникации	2/0,5	4/1	2/1	-	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9
Тема 7. Современное информационное общество и коммуникации	2/0,5	4/1	2/1	-	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9
Тема 8. Практические методы исследования коммуникаций	2/0,5	4/1	-	-	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9
Итого:	16 / 4	32 / 8	12 / 6	-	

4.2 Содержание тем дисциплины

**Тема 1. Возникновение и развитие теории коммуникации.
Коммуникация как социальный процесс.**

Теория коммуникации как интегральная научная дисциплина. Коммуникативный подход к социальным явлениям. Мультипарадигмальность теории коммуникации. Объект, предмет и методология теории коммуникации как науки. Место теории коммуникации в системе современных социальных наук междисциплинарные связи теории коммуникации. Перспективы становления науки «коммуникология» и её терминологического аппарата. Этапы развития коммуникации в обществе. Коммуникационные революции. Изучение коммуникации в социальном контексте - Ч. Кули, Дж. Г. Мид, Д.Б. Уотсон, К. Ясперс и др. Подходы к изучению коммуникации в середине XX века. Основные теоретические направления изучения коммуникации: риторическое, семиотическое, феноменологическое, кибернетическое, социальнопсихологическое, социокультурное, критическое. Становление и развитие теории коммуникации в России: Г.М. Андреева, Б.Г. Ананьев, А.А. Бодалёв, В.П. Конецкая и др. Развитие теории массовой коммуникации в XX веке: Г. Лассуэлл, П. Лазарсфельд, Р. Мертон и др. Теории массового общества: Д. Белл, Т. Парсонс, А. Этциони и др. Взаимобусловленность информационной и коммуникационной составляющих в современном обществе.

Процесс коммуникации: сущность и структура. Элементы коммуникативного процесса: коммуникатор; содержание сообщения; Кодирование и выбор канала; канал коммуникации; декодирование; аудитория; обратная связь. Эффекты и барьеры коммуникации. Управление процессами коммуникации. Обеспечение процесса коммуникации. Обмен информацией по формализованным и неформализованным каналам. Аргументация как коммуникативная процедура. Внутриличностные и межличностные, внутригрупповые и межгрупповые, внутриорганизационные и меж организационные коммуникации и их характеристика. Вербальные и невербальные средства коммуникации и их функции. Синтетические виды коммуникации.

Тема 2. Методологические основы изучения коммуникаций.

Основные понятия теории систем. Основные принципы системного подхода. Коммуникационная система, коммуникационная структура, коммуникативное пространство. Коммуникационная деятельность. Формы коммуникационного действия и их характеристика. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура и функции. Типология социально-коммуникативных технологий: высокоинтенсивные и низкоинтенсивные; односторонние и двусторонние; асимметричные и симметричные. Модели коммуникативных технологий. Общая характеристика процессно-информационного подхода к анализу коммуникаций. Сущность моделей коммуникации Г. Лассуэлла, К. Шеннона - У.Уивера, Дж. Гербнера, Т. Ньюкомба, Ч.Осгуда-У. Шрама. Семиотика как наука о знаках. Понятие и структура знака. Типология знаков. Основные

свойства и принципы функционирования знаков и знаковых систем. Синтактика, семантика и прагматика. Символический интеракционизм о конструировании смыслов в коммуникативной деятельности. Социальное конструирование реальности посредством индивидуальных значений П.Бергера и Т. Лукмана. Масс медиа как социальные конструкторы современной реальности (Н. Луман). Герменевтика как наука о проблемах интерпретации и понимания информации. Феноменология: смысл как феномен сознания. Интерсубъективность.

Тема 3. Коммуникация как социально-психологический феномен.

Содержание и средства речевой коммуникации. Использование социальных символов в процессе коммуникации. Искусственные коммуникативные системы: апостериорные, априорные и смешанные. Дискурс как коммуникативный феномен. Типы и виды дискурса. Типология речевых актов. Речевая стратегия и тактика. Типология речевых стратегий. Коммуникативный кодекс. Принципы кооперации, полноты информации, вежливости. Понятие и общие характеристики общения. Сущность общения и факторы его определяющие. Проблема активности в общении. Социальнопсихологическая природа общения. Общение и социализация личности. Закономерности взаимодействия людей в процессе общения. Коммуникативная сторона общения. Общение индивидов в социуме. Перцептивная сторона общения.

Тема 4. Коммуникации в современном обществе: типология и характеристика.

Сущность межличностной коммуникации и её особенности. Функции межличностной коммуникации. Основные теории межличностной коммуникации: мотивационная теория равновесия, мотивационная теория удовлетворения потребностей, теория речевой деятельности. Межличностное взаимодействие и его структура: контексты, пространство, механизмы взаимодействия. Основные виды межличностной коммуникации: информативная аффективно-оценочная, рекреативная, убеждающая и ритуальная коммуникации. Эффективность межличностной коммуникации и факторы, влияющие на неё. Сущность массовой коммуникации и её особенности. Функции и характеристики массовой коммуникации. Теории массовой коммуникации. Массовое общество и массовая коммуникация. Массовая аудитория. Глобализация массовой коммуникации. Средства массовой информации как важнейшие средства коммуникации. Электронные коммуникации. Маркетинговые коммуникации. Понятие «межкультурная коммуникация». Коммуникативная функция культуры. Исследование проблематики межкультурных различий и межкультурной коммуникации в современной науке. Обмен информацией между представителями различных культур. Особенности межличностной коммуникации при межкультурном

общении. Теории и аксиомы межкультурной коммуникации. Формирование межкультурной компетентности в современных коммуникациях. Основы теории рекламных коммуникаций. Латентные формы установления «рекламного контакта». Использование бессознательного в рекламе. Типология индивидуального восприятия рекламной коммуникации. Коммуникации с использованием печатной и прессовой рекламы. Виды печатной рекламной продукции и их характеристика. Реклама в прессе. Газетная и журнальная реклама: преимущества и недостатки. Пути повышения эффективности рекламы в прессе. Коммуникации с использованием аудиовизуальной, радио- и телевизионной рекламы. Особенности коммуникации с использованием наружной рекламы. Коммуникации с использованием почтовой рекламы.

Тема 5. Коммуникации в социальном управлении.

Современный коммуникационный менеджмент: сущность и специфика. Функции коммуникационного менеджмента. Коммуникации как объект управления. Коммуникационный процесс и информационные технологии в современном социальном управлении. Специфика коммуникации в организациях. Типология и функционирование коммуникаций в организациях. Факторы коммуникативной культуры в организациях. Значение эффективных коммуникаций для руководителей организаций. Роль коммуникаций в современной PR-деятельности. Методы коммуникативного воздействия.

Тема 6. Коммуникаторы и аудитория коммуникации.

Личность в системе коммуникации. Индивидуальное и институциональное в коммуникаторе. Коммуникативные потребности и установки личности. Признаки коммуникативной личности. Коммуникативная культура личности. Уровни коммуникативной культуры личности: информационный, перцептивный, интерактивный, эмоциональный, процессуальный. Коммуникативная компетентность коммуникатора. Понятие «аудитория коммуникации». Объективные и субъективные характеристики аудитории коммуникации. Обратная связь в коммуникативной системе. Средства массовой информации как инструмент формирования и выражения общественного мнения. Барьеры коммуникации, их характеристика. Социально-психологические эффекты, вызывающие искажения информации. Факторы эффективной коммуникации в аудитории. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю).

Тема 7. Современное информационное общество и коммуникации.

Информатизация как основной элемент коммуникативных систем. Информационная сфера общества. Информатизация как социальный процесс.

Производство и потребление информации в современном обществе. Обеспечение информационной безопасности современных систем коммуникации. Понятие «информационная безопасность». Принципы обеспечения информационной безопасности. Информационное общество: сущность, концептуальные подходы, основные характеристики. Роль информации в современном постиндустриальном обществе: Д. Белл, П. Друкер, Ю. Хабермас. Информационный капитализм. Возможности (преимущества) современного информационного общества западного типа. Угрозы и проблемы информационного общества. Особенности информационной сферы в современной России. Политическая коммуникация как процесс. Коммуникационный менеджмент в органах политической власти. Задачи информационного обеспечения. Политический и социальный маркетинг. Особенности коммуникаций в современной экономической сфере. Коммуникационный менеджмент государственных предприятий и бизнеса в условиях рыночной экономики. Лоббизм, спонсорство, меценатство. Роль коммуникационного менеджмента в маркетинговой деятельности предприятия.

Тема 8. Практические методы исследования коммуникаций.

Общенаучные и частно-научные методы исследования. Основные принципы и методы анализа социальной коммуникации: их характеристика. Методы тестирования коммуникативной компетентности. Основные направления исследований массовых коммуникаций. Методы исследования массовой коммуникации: контент-анализ, опрос, наблюдение, тестирование. Их характеристика.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

«Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Основы теории коммуникаций, включая деловые и межличностные коммуникации» приведены в Приложении 2.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств приведен в Приложении 1.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — М. : РИОР :

ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2> - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/953324>

2. Шарков, Феликс Изосимович. Коммуникология: основы теории коммуникации : Учебник / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 5. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 488 с. - ISBN 978-5-394-03544-9. URL: <http://znanium.com/go.php?id=1093511>

Дополнительная литература:

1. Кастельс, М. Власть коммуникации=Communication Power : учебное пособие : [16+] / М. Кастельс ; под науч. ред. А. И. Черных ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с. : ил. – (Переводные учебники ВШЭ). URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848>

2. Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций : [16+] / Г. Б. Паршукова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с. : ил., табл. – ISBN 978-5-7782-3287-7. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452>

3. Теория и практика межкультурной коммуникации : учебно-методическое пособие / И.В. Харитоновна, Е.В. Байкина, И.С. Крылов и др. ; Московский педагогический государственный университет. – Москва : Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2018. – 84 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500569>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн. <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM. <http://www.znanium.com>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) приведены в Приложении 2 к настоящей рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Перечень программного обеспечения: MSOffice, PowerPoint.

Информационные справочные системы: не предусмотрены курсом дисциплины.

Ресурсы информационно-образовательной среды МГОТУ:

Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу «**Основы теории коммуникаций, включая деловые и межличностные коммуникации**».

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций / слайдов на темы:

Практические занятия:

- Аудитория, оснащенная мультимедийными средствами (проектор, ноутбук), демонстрационными материалами (наглядными пособиями).
- рабочее место преподавателя, оснащенное ПК с доступом в глобальную сеть Интернет;
- рабочие места студентов.

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
«ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ДЕЛОВЫЕ И
МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»
(Приложение 1 к рабочей программе)**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
**Направленность (профиль): Современные коммуникационные
технологии и рекламная деятельность**
Уровень высшего образования: бакалавриат
Форма обучения: очная, заочная

Королев
2021

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции, обучающийся приобретает:		
				Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
1	ОПК-2	способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;	Темы 1-8	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.
2	ОПК-5	способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Темы 1-8	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
	ПК-9	способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и	Темы 1-8	ПК-9.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного	ПК-9.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	ПК-9.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

		отечественного опыта.		опыта. ПК-9.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта		
--	--	-----------------------	--	---	--	--

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Инструмент, оценивающий сформированность компетенции	Этапы и показатель оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции на различных этапах формирования и шкалы оценивания
ОПК-2 ОПК-5 ПК-9	Тест	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на <u>высоком</u> уровне) – 90% правильных ответов</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> компетенция освоена на <u>продвинутом</u> уровне – 70% правильных ответов; компетенция освоена на <u>базовом</u> уровне – от 51% правильных ответов; <p>В) не сформирована (компетенция <u>не сформирована</u>) – менее 50% правильных ответов</p>	<p>Проводится письменно. Время, отведенное на процедуру - 30 минут. Неявка – 0 баллов.</p> <p>Критерии оценки определяются процентным соотношением.</p> <p>Неудовлетворительно – менее 50% правильных ответов.</p> <p>Удовлетворительно - от 51% правильных ответов.</p> <p>Хорошо - от 70%.</p> <p>Отлично – от 90%.</p> <p>Максимальная оценка – 5 баллов.</p>

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания

ОПК-2 - способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

Задание на выбор правильного ответа

1. Целенаправленная деятельность по обмену информацией с использованием различных технических средств – это ...

- (!) Коммуникация
- (?) Общение
- (?) Взаимодействие

2. Коммуникации посредством устного слова – это ...

- (!) вербальные коммуникации
- (?) онлайн коммуникации
- (?) невербальные коммуникации

3. Коммуникантом является:

- (?) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач
- (!) получатель сообщения в коммуникационном процессе
- (?) специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом

4. Межличностной коммуникацией называют:

- (?) адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам
- (!) коммуникацию, в которой принимает участие двое или несколько индивидов, вступивших в контакт друг с другом
- (?) коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»)

5. Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:

- (?) эмоциональный подъем, политические предпосылки
- (!) целевая аудитория, канал, контекст
- (?) биографические данные, процессы принятия решений

6. Коммуникации посредством устного слова – это ...

- (!) вербальные коммуникации
- (?) онлайн коммуникации
- (?) невербальные коммуникации

7. Система норм и образцов поведения, которой придерживается обширная группа людей – это ...

- (!) Традиция
- (?) Коммуникация
- (?) Сообщение

8. Совокупность обычаев, традиций и ценностей общества – это ...

- (!) Культура
- (?) Норма
- (?) Коммуникация

9. Целенаправленная деятельность по обмену информацией с использованием различных онлайн технологий – это ...

(!) Онлайн коммуникация

(?) Офлайн коммуникация

(?) Деловая коммуникация

10. Обмен информацией между людьми для решения рабочих задач и достижения профессиональных целей – это ...

(?) Онлайн коммуникация

(?) Офлайн коммуникация

(!) Деловая коммуникация

Задание с открытыми вопросами

1. Целенаправленная деятельность по обмену информацией с использованием различных средств – это ...

Ответ: коммуникация

2. Информационное общество это?

Ответ: общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации

3. Информационно-коммуникационные технологии это?

Ответ: цифровые технологии, используемые для создания, передачи и распространения информации

4. Деловая коммуникация это?

Ответ: обмен информацией между людьми для решения рабочих задач и достижения профессиональных целей

5. «Традиционное общение», то есть любое общение, в котором не задействованы интернет-коммуникации – это ...

Ответ: офлайн коммуникация

6. Онлайн коммуникация это?.

Ответ: целенаправленная деятельность по обмену информацией с использованием различных онлайн технологий

7. Группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них – это ...

Ответ: аудитория коммуникации

8. Процесс производства и воспроизводства сообщений, рассчитанных на массовое сознание средствами массовой коммуникации (СМК) – это ...

Ответ: массовая коммуникация

9. Вербальная коммуникация это?

Ответ: коммуникация посредством устного слова

10. Невербальные коммуникации это?

Ответ: коммуникации посредством жестов и мимики

<p>ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>

Задание на выбор правильного ответа

1. В каком году Россия официально провозглашена социальным государством (Конституция Российской Федерации, глава 1, статья 7)

- (!) 1993 год
- (?) 1996 год
- (?) 1991 год.

2. Что НЕ является важным условием для представительной демократии

- (?) отсутствие конкурирующей законодательной власти
- (!) стремление народа восстановить экономику страны
- (?) невмешательство исполнительной власти в прерогативы представительных учреждений

3. Говоря о Российском государстве его можно охарактеризовать следующим образом (найдите лишнее):

- (?) РФ — демократическое государство
- (!) РФ – коммунистическое государство
- (?) высшая ценность РФ — права и свободы человека и гражданина

4. Демократическая природа РФ складывается из (найдите лишнее):

- (?) федеративного устройства на основе равенства субъектов РФ
- (?) политического и идеологического многообразия
- (!) разделения людей на социальные слои

5. Народовластие в РФ осуществляется исходя из ...

- (?) воли большинства, при этом к меньшинству относятся негативно
- (!) воли большинства при уважении воли и прав меньшинства
- (?) учитывается и воля большинства, и воля меньшинства

6. Правовое государство подразумевает, что ...

- (!) в нем господствует общество над государством
- (?) в нем господствует государство
- (?) в нем господствуют высшие слои общества

7. Выберите органы власти, прямо избираемые народом

- (?) Счетная палата
- (?) Правительство РФ
- (!) Государственная Дума

8. Деятельность общественных объединений регулируется федеральными законами. Граждане вправе (выберите лишнее):

- (?) вступать в них на условиях соблюдения их уставов
- (!) отчитываться о проделанной работе органам местного самоуправления
- (?) выходить из них беспрепятственно

9. Учредителями общественного объединения могут быть:

- (!) совершеннолетние граждане и общественные объединения, которые на своем собрании, съезде или конференции принимают устав объединения, формируют его руководящие и контрольные органы
- (?) граждане и общественные объединения, которые вступают в него по заявлению и приобретают права (избирать, избираться, контролировать

избранных) и обязанности (платить членские взносы, принимать в чем-то участие и др.)

(?) граждане и общественные объединения, принимающие участие в его деятельности или отдельных акциях без обязательного оформления своего участия, если иное не предусмотрено уставом объединения

10. Понятие «социальное государство» впервые употребил в 1850 году

(!) Лоренц фон Штейн

(?) О. фон Бисмарк

(?) Ф. Д. Рузвельт

Задание с открытыми вопросами

1. Демократическое государство, в котором обеспечивается господство права, верховенство закона, равенство всех перед законом и независимым судом – это ...

Ответ: правовое государство

2. Безвозмездное предоставление гражданам определенной денежной суммы за счет средств соответствующих бюджетов бюджетной системы Российской Федерации - это

Ответ: социальное пособие

3. Форма государственного правления, при которой власть принадлежит народу, это

Ответ: народовластие

4. Концепция, утверждающая возможность и необходимость создания государства, целью которого является забота о благосостоянии всех его граждан, это

Ответ: государство всеобщего благоденствия

5. Состоящее из участников и не имеющее членства массовое общественное объединение, преследующее социальные, политические и иные общественно полезные цели, поддерживаемые его участниками - это

Ответ: общественное движение

6. Политическая система, перераспределяющая материальные блага в соответствии с принципом социальной справедливости ради достижения каждым гражданином достойного уровня жизни, сглаживания социальных различий и помощи нуждающимся - это

Ответ: социальное государство

7. Что подразумевает правовое государство?

Ответ: в нем господствует общество над государством

8. Кто может быть учредителями общественного объединения?

Ответ: совершеннолетние граждане и общественные объединения, которые на своем собрании, съезде или конференции принимают устав объединения, формируют его руководящие и контрольные органы

9. Кто впервые употребил в 1850 году понятие «социальное государство»

Ответ: Лоренц фон Штейн

10. В каком году Россия официально провозглашена социальным государством (Конституция Российской Федерации, глава 1, статья 7)

Ответ: 1993

ПК-9 - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Задание на выбор правильного ответа

1. Позиционирование товара – это...

(!) определение основных потребительских свойств товара и их сравнение с аналогичными свойствами товара-конкурента для уточнения места товара на рынке

(?) анализ всего комплекса рыночной политики предприятия в отношении товара

(?) определение потенциальных потребителей товара

2. Какой инструмент комплекс-маркетинга может стать более результативным инструментом стратегической политики фирмы с учетом уровня жизни общества?

(?) место сбыта

(!) цена

(?) продукт

(?) продвижение

3. Конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей с выделением специфических признаков – это...

(?) внутренняя общественность

(!) целевая аудитория

(?) активная аудитория

(?) общественное мнение

4. Основной комплекс-маркетинга является:

(?) макросреда

(?) микросреда

(!) модель 4P

(?) субъекты маркетинга

5. Товарная марка предназначена для того, чтобы...

(?) компенсировать недостающее товару качество

(?) обосновать перед потребителем более высокую цену на товар

(!) дифференцировать товар на рынке среди себе подобных

(?) все ответы верны

6. Качество товара – это...

(!) набор необходимых функциональных характеристик товара, обозначенные потребителями как обязательные для удовлетворения

потребности

(?) способность товара выполнять свое функциональное назначение

(?) отсутствие у товара видимых дефектов

7. Рекламная кампания – это...

(!) комплекс взаимосвязанных, скоординированных действий, разрабатываемых для достижения стратегических целей и решения проблем предприятия

(?) комплекс объединенных участков и приемов коммуникаций организаций, направленные на определение целевых установок, которые в конечном итоге способствуют достижению маркетинговой цели

(?) система связей с общественностью, предполагающая многократную деятельность по улучшению взаимоотношений между организацией и общественностью

8. Сведения, передаваемые людьми устным, письменным или каким-либо другим способом (с помощью условных сигналов, технических средств и т.д.) это:

(!) Информация

(?) Технология

(?) Технические средства

9. Общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, особенно высшей её формы — знаний.

(!) Информационное общество

(?) Индустриальное общество

(?) Доиндустриальное общество

10. Посадочная страница, чаще всего под контекстную рекламу, на которой размещают необходимую для продажи товара/услуги информацию – это...

(?) корпоративный сайт.

(!) лендинг пейдж.

(?) интернет-магазин.

Задание с открытыми вопросами

1. Демократическое государство, в котором обеспечивается господство права, верховенство закона, равенство всех перед законом и независимым судом – это ...

Ответ: правовое государство

2. Безвозмездное предоставление гражданам определенной денежной суммы за счет средств соответствующих бюджетов бюджетной системы Российской Федерации - это

Ответ: социальное пособие

3. Форма государственного правления, при которой власть принадлежит народу, это

Ответ: народовластие

4. Концепция, утверждающая возможность и необходимость создания государства, целью которого является забота о благосостоянии всех его граждан, это

Ответ: государство всеобщего благоденствия

5. Состоящее из участников и не имеющее членства массовое общественное объединение, преследующее социальные, политические и иные общественно полезные цели, поддерживаемые его участниками - это

Ответ: общественное движение

6. Политическая система, перераспределяющая материальные блага в соответствии с принципом социальной справедливости ради достижения каждым гражданином достойного уровня жизни, сглаживания социальных различий и помощи нуждающимся - это

Ответ: социальное государство

7. Что подразумевает правовое государство?

Ответ: в нем господствует общество над государством

8. Кто может быть учредителями общественного объединения?

Ответ: совершеннолетние граждане и общественные объединения, которые на своем собрании, съезде или конференции принимают устав объединения, формируют его руководящие и контрольные органы

9. Кто впервые употребил в 1850 году понятие «социальное государство»

Ответ: Лоренц фон Штейн

10. В каком году Россия официально провозглашена социальным государством (Конституция Российской Федерации, глава 1, статья 7)

Ответ: 1993

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме экзамена.

Неделя текущего контроля	Вид оценочного средства	Код компетенций, оценивающих знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
Согласно графику учебного процесса	Тестирование	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9	20 вопросов	Компьютерное тестирование; время, отведенное на процедуру – до 45 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Не явка – 0 Удовлетворительно – от 51% правильных ответов. Хорошо – от 70% правильных ответов. Отлично – от 90% правильных ответов.
Согласно графику учебного процесса	Экзамен	ОПК-2 ОПК-5 ПК-9	2 вопроса	Экзамен проводится в форме устной беседы с преподавателем. Время, отведенное на процедуру – 30 минут. Количество баллов, необходимое для допуска к экзамену – 51.	Результаты предоставляются в день проведения экзамена	Критерии оценивания: «Отлично»: - глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретной дисциплины, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой; - отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области; - знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой; - умение выполнять предусмотренные программой задания; - логически корректное и убедительное изложение ответа.

					<p>«Хорошо»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; - умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем программы; - знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы; - умение выполнять предусмотренные программой задания; - в целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа. <p>«Удовлетворительно»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; - затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; - неполное знакомство с рекомендованной литературой; - частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; - стремление логически определенно и последовательно изложить ответ. <p>«Неудовлетворительно»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - незнание либо отрывочное представление
--	--	--	--	--	--

						учебно-программного материала; - неумение выполнять предусмотренные программой задания.
--	--	--	--	--	--	--

Итоговое начисление баллов по дисциплине осуществляется в соответствии с разработанной и внедренной балльно-рейтинговой системой контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся.

Экзамен проводится в форме устной беседы с преподавателем по пройденным темам.

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ДЕЛОВЫЕ И
МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»
(Приложение 2 к рабочей программе)**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность
Уровень высшего образования: бакалавриат
Форма обучения: очная, заочная

Королев
2021

1. Общие положения

Цель дисциплины: формирование базовых знаний об основах методологии исследования коммуникационных систем и процессов в современном обществе, обеспечение эффективного применения полученных знаний в будущей профессиональной деятельности. Основой курса является изучение зарубежных и отечественных взглядов на теории коммуникации.

Основными **задачами** курса являются:

- изучение студентами генезиса современной коммуникации и основных этапов становления современной коммуникологии как интегрированной науки о коммуникации;

- изучения студентами тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

- изучение студентами тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

- приобретение научной информации об основных разновидностях коммуникации, её функциях и коммуникационных процессах в современном обществе;

- формирование у студентов основ систематизированных знаний о содержании, средствах и аудиториях коммуникации, возможностях обеспечения информационного обмена в современных коммуникационных системах;

- формирование навыков самостоятельного анализа различных коммуникационных систем и процессов в современном обществе.

2. Указания по проведению практических занятий

Практическое занятие 1.

Тема: Возникновение и развитие теории коммуникации.
Коммуникация как социальный процесс

Вид практического занятия: смешенная (комбинированная) форма практического занятия.

Образовательные технологии: дискуссия

Содержание практического занятия:

Темы для подготовки выступлений с использованием инфографики:

1. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире.
Актуальность изучения массовой коммуникации.

2. Содержание и границы понятий коммуникации и массовой

коммуникации.

3. Массовая коммуникация: определение. Структурные составляющие коммуникационных процессов.

Продолжительность занятия: 4/1

Практическое занятие 2.

Тема: Методологические основы изучения коммуникаций

Вид практического занятия: смешенная (комбинированная) форма практического занятия.

Образовательные технологии: диспут

Содержание практического занятия:

Темы для подготовки выступлений с использованием инфографики:

1. Основные этапы развития СМК в России XX века.
2. Основные характеристики современного состояния российских СМК.
3. Типы медиа-политических режимов в России 1990-х годов.
4. Основные направления исследований производства медиа-продукции.
5. Теоретико-гносеологической модель языковой личности. Взаимосвязь языковой и модальной личности.

Продолжительность занятия: 4/1

Практическое занятие 3.

Тема: Коммуникация как социально-психологический феномен

Вид практического занятия: смешенная (комбинированная) форма практического занятия.

Образовательные технологии: практическая работа в группах.

Содержание практического занятия:

Темы для подготовки выступлений с использованием инфографики:

1. Нормативные теории: типология взаимоотношений средств массовой коммуникации и государства.
2. Структурные и политические ограничения в освещении конфликтов в СМК.
3. Наиболее важные выводы работ по освещению Украинского конфликта в российских СМК.
4. Роль чувств и эмоций в общении.
5. Роль коммуникаций в межличностном общении.
6. Основные тактические уловки и приемы при ведении переговоров.
7. Особенности конфликтной коммуникации. Методы разрешения межличностных конфликтов. Правила эффективного общения.

Продолжительность занятия: 4/1

Практическое занятие 4.

Тема: Коммуникации в современном обществе: типология и характеристика

Вид практического занятия: смешенная (комбинированная) форма практического занятия.

Образовательные технологии: дискуссия

Содержание практического занятия:

Темы для подготовки выступлений с использованием инфографики:

1. Средства массовой коммуникации как предмет исследования теоретиков франкфуртской школы.

2. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе.

3. Массовая коммуникация и гиперреальность.

4. СМК и гражданское общество: концептуальный аспект.

5. Коммуникативная личность (мотивационные, когнитивные и функциональные параметры коммуникативной личности).

Продолжительность занятия: 4/1

Практическое занятие 5.

Тема: Коммуникации в социальном управлении

Вид практического занятия: смешенная (комбинированная) форма практического занятия.

Образовательные технологии: практическая работа в группах.

Содержание практического занятия:

Темы для подготовки выступлений с использованием инфографики:

1. Основные управленческие стратегии в медиа-организациях (по Г.Дэвису).

2. Основные понятия Стюарта Холла (первичные и вторичные определители, типы прочтения медиа-текстов).

3. Семиотические подходы к анализу содержания медиа-продукции, их возможности и ограничения.

4. Применение категорий Барта в работах Джона Фиска по телевидению.

5. Значение коммуникации в управлении организацией.

6. Организация как социальная система. Типы управленческих организационных структур и направление основных коммуникационных потоков.

7. Общественные коммуникации в бизнесе. Управленческие структуры общественных организаций.

Продолжительность занятия: 4/1

Практическое занятие 6.

Тема: Коммуникаторы и аудитория коммуникации

Вид практического занятия: смешенная (комбинированная) форма

практического занятия.

Образовательные технологии: беседа

Содержание практического занятия:

Темы для подготовки выступлений с использованием инфографики:

1. Коммуникатор и социологические способы его изучения.
 2. Основные коммуникативные роли. Цели коммуникатора и коммуниканта.
 3. Формирование навыков эффективной коммуникации.
 3. Формирование делового имиджа в организации.
 4. Организация презентации и выставок компании.
 5. Особенности коммуникационного процесса «начальник-подчиненный».
 6. Технологии ведения переговоров.
 7. Основные тактические уловки и приемы при ведении переговоров.
- Продолжительность занятия:** 4/1

Практическое занятие 7.

Тема: Современное информационное общество и коммуникации

Вид практического занятия: смешенная (комбинированная) форма практического занятия.

Образовательные технологии: диспут

Содержание практического занятия:

Темы для подготовки выступлений с использованием инфографики:

1. Принцип свободы печати: прошлое и настоящее.
 2. Особенности информационных процессов в обществах традиционного и современного типа. Типологии современных средств массовой коммуникации.
 3. Профессионально-значимые компетенции специалиста-коммуникатора.
 4. Публичная речь в деловых коммуникациях.
 5. Современные концепции коммуникации.
- Продолжительность занятия:** 4/1

Практическое занятие 8.

Тема: Практические методы исследования коммуникаций

Вид практического занятия: смешенная (комбинированная) форма практического занятия.

Образовательные технологии: дискуссия

Содержание практического занятия:

Темы для подготовки выступлений с использованием инфографики:

1. Контент-анализ как качественно-количественный метод изучения содержания массовой коммуникации.
2. Методы и практика прикладных исследований аудитории массовой

коммуникации. Медиапланирование и медиаметрия.

3. Конкретные социологические исследования в области средств массовой коммуникации. Методы кси: выборочный опрос, метод экспертных оценок, наблюдение, статистический анализ, фокус-группы, глубинные интервью, контент-анализ.

Продолжительность занятия: 4/1

3. Указания по проведению лабораторного практикума

Не предусмотрено учебным планом

4. Указания по проведению самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1.	Возникновение и развитие теории коммуникации. Коммуникация как социальный процесс.	Подготовка докладов по темам: 1. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Актуальность изучения массовой коммуникации. 2. Содержание и границы понятий коммуникации и массовой коммуникации. 3. Массовая коммуникация: определение. Структурные составляющие коммуникационных процессов.
2.	Методологические основы изучения коммуникаций.	Подготовка докладов по темам: 1. Основные этапы развития СМК в России XX века. 2. Основные характеристики современного состояния российских СМК. 3. Типы медиа-политических режимов в России 1990-х годов. 4. Основные направления исследований производства медиа-продукции. 5. Теоретико-гносеологической модель языковой личности. Взаимосвязь языковой и модальной личности.
3	Коммуникация как социально-психологический феномен.	Подготовка докладов по темам: 1. Нормативные теории: типология взаимоотношений средств массовой коммуникации и государства. 2. Структурные и политические ограничения в освещении конфликтов в СМК. 3. Наиболее важные выводы работ по освещению Украинского конфликта в российских СМК. 4. Роль чувств и эмоций в общении. 5. Роль коммуникаций в межличностном общении. 6. Основные тактические уловки и приемы при ведении переговоров. 7. Особенности конфликтной коммуникации. Методы разрешения межличностных конфликтов. Правила эффективного общения.
4	Коммуникации в современном обществе: типология и характеристика.	Подготовка докладов по темам: 1. Средства массовой коммуникации как предмет исследования теоретиков франкфуртской школы. 2. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. 3. Массовая коммуникация и гиперреальность. 4. СМК и гражданское общество: концептуальный аспект. 5. Коммуникативная личность (мотивационные, когнитивные и функциональные параметры коммуникативной личности)

5	Коммуникации в социальном управлении.	<p>Подготовка докладов по темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные управленческие стратегии в медиа-организациях (по Г.Дэвису). 2. Основные понятия Стюарта Холла (первичные и вторичные определители, типы прочтения медиа-текстов). 3. Семиотические подходы к анализу содержания медиа-продукции, их возможности и ограничения. 4. Применение категорий Барта в работах Джона Фиска по телевидению. 5. Значение коммуникации в управлении организацией. 6. Организация как социальная система. Типы управленческих организационных структур и направление основных коммуникационных потоков. 7. Общественные коммуникации в бизнесе. Управленческие структуры общественных организаций.
6	Коммуникаторы аудитория коммуникации.	<p>Подготовка докладов по темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коммуникатор и социологические способы его изучения. 2. Основные коммуникативные роли. Цели коммуникатора и коммуниканта. 3. Формирование навыков эффективной коммуникации. 4. Формирование делового имиджа в организации. 5. Организация презентации и выставок компании. 6. Особенности коммуникационного процесса «начальник-подчиненный». 7. Технологии ведения переговоров. 8. Основные тактические уловки и приемы при ведении переговоров.
7	Современное информационное общество коммуникации.	<p>Подготовка докладов по темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Принцип свободы печати: прошлое и настоящее. 2. Особенности информационных процессов в обществах традиционного и современного типа. Типологии современных средств массовой коммуникации. 3. Профессионально-значимые компетенции специалиста-коммуникатора. 4. Публичная речь в деловых коммуникациях. 5. Современные концепции коммуникации.
8	Практические методы исследования коммуникаций.	<p>Подготовка докладов по темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Контент-анализ как качественно-количественный метод изучения содержания массовой коммуникации. 2. Методы и практика прикладных исследований аудитории массовой коммуникации. Медиапланирование и медиаметрия. 3. Конкретные социологические исследования в области средств массовой коммуникации. Методы кси: выборочный опрос, метод экспертных оценок, наблюдение, статистический анализ, фокус-группы, глубинные интервью, контент-анализ.

5. Указания по проведению контрольных работ для обучающихся очной, заочной формы обучения

Учебным планом данного курса для обучающихся очной/заочной формы обучения предусмотрено написание одной контрольной работы, что является одним из условий успешного освоения ими основных положений данной дисциплины и служит допуском к сдаче зачета по курсу во время зачетной сессии.

Задания в контрольной работе разрабатываются преподавателем кафедры «Гуманитарных и социальных дисциплин» МГОТУ.

Цель выполняемой работы: продемонстрировать знания и умения в области изучения дисциплины «**Основы теории коммуникаций, включая деловые и межличностные коммуникации**».

Основные **задачи** выполняемой работы:

1. Закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2. Выяснение подготовленности бакалавра к будущей практической работе;

Процесс написания контрольной работы делится на следующие этапы:

1. Определение установленной темы контрольной работы
2. Изучение литературы, относящейся к теме контрольной работы
3. Оформление контрольной работы
4. Представление ее преподавателю
5. Защита контрольной работы

Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения соответствующих разделов учебника, учебных пособий, конспектов лекций.

Требования к содержанию контрольной работы:

В содержании контрольной работы необходимо показать знание рекомендованной литературы по данному заданию, при этом правильно пользоваться первоисточником и избегать чрезмерного цитирования. При использовании цитат необходимо указывать точные ссылки на используемый источник: указание автора (авторов), название работы, место издания, страницы. Кроме основной литературы рекомендуется использовать дополнительную литературу и источники сети Интернет (с детальным указанием сайта, т.е. копирование ссылки и даты обращения). Если в период выполнения контрольной работы были приняты новые законы или нормативно-правовые акты, относящиеся к излагаемой теме, их необходимо изучить и использовать при ее выполнении. Важно обратить внимание на различные концептуальные подходы по исследуемой тематике.

В конце контрольной работы приводится полный библиографический перечень использованных нормативно-правовых актов (если они использовались) и источников.

Оформление библиографического списка осуществляется в соответствии с установленными нормами и правилами ГОСТ.

Порядок выполнения контрольной работы:

Контрольная работа излагается логически последовательно, грамотно, разборчиво. Работа должна иметь **титульный лист**. Он содержит полное название высшего учебного заведения, кафедра, реализующая данную

дисциплину, название (тема) контрольной работы, фамилию, инициалы автора, также необходимо указать номер группы, фамилию и инициалы, а также должность, ученое звание и степень научного руководителя (преподавателя), проверяющего контрольную работу.

На следующем листе излагается **план контрольной работы**, который включает в себя: название всех разделов, введение и заключение, а также список литературы. Излагая вопрос (раздел), каждый смысловой абзац необходимо начать с красной строки. Закончить изложение вопроса следует выводом, итогом по содержанию данного раздела.

Страницы контрольной работы должны быть пронумерованы. Номер страницы ставится в нижнем правом углу.

Объем контрольной работы должен составлять 10-15 страниц машинописного текста. Размер шрифта №14 (Times New Roman), полуторный интервал, стандартный лист формата А4. Поля: верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм.

Дополнительно контрольная работа может иметь приложения (схемы, графики, диаграммы).

По всем возникающим вопросам обучающемуся следует обращаться за консультацией на кафедру. Срок выполнения контрольной работы определяется кафедрой. Срок проверки контрольной работы – 3 дня с момента необходимой фиксированной даты сдачи.

Порядок защиты контрольной работы:

Контрольная работа подлежит обязательной защите. В установленной преподавателем срок обучающийся должен сдать контрольную работу и быть готов ответить на вопросы и замечания. Оценка работы производится по четырех бальной системе: «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО». После сдачи работы не возвращаются и хранятся в фонде кафедры.

Предлагаемая тематика контрольных работ:

1. Соотношение социологического, психологического, культурологического и других подходов к изучению массовой коммуникации.

2. Динамика теоретических представлений о роли массовой коммуникации в жизни индивида и общества.

3. Основные характеристики массовой коммуникации как социально ориентированного вида общения.

4. Типология обществ по характеру движения информационных потоков. «Коммуникационные революции».

5. Массовая коммуникация и тенденции мирового развития.

6. Противоречивость развития массовой коммуникации в Российской Федерации.

7. Понятие информационного общества.
8. Идея «нового мирового информационного порядка».
9. Массовая коммуникация как подсистема общества.
10. Функции массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях.
11. Понятие «информационной безопасности» в системе национальной безопасности.
12. Государственная политика в области средств массовой информации в Российской Федерации.
13. Организация лоббистских кампаний через СМИ.
14. Имидж политика через призму средств массовой информации.
15. Влияние форм собственности на функционирование информационных органов.
16. Концепция общественного вещания и его реальная практика в мире и Российской Федерации.
17. Требования к телевизионному формату события: драматизм, привлекательность, наличие развлекательного начала.
18. Роль средств массовой коммуникации в формировании гражданского общества в России.
19. Социальные условия возникновения и активного функционирования рекламы в обществе.
20. Рекламное дело в России: специфика и тенденции развития.
21. Особенности политической рекламы в средствах массовой информации.
22. Стратегические приоритеты избирательной компании.
23. Реклама в средствах массовой коммуникации: формы существования с основной информацией. Проблема скрытой рекламы.
24. Рейтинги телепрограммы как компас для рекламодателя.
25. Информационная и рекламная инфраструктура России: современные очертания.
26. Характеристики системы СМК как основного рекламоносителя.
27. Специфика функций СМК как следствие различных выразительных средств прессы, радио и телевидения.
28. СМК и другие вспомогательные каналы распространения информации и рекламы.
29. Каналы размещения рекламы и оценка их эффективности.
30. Анализ возможностей телевидения, радио, газет и журналов как средства эффективной коммуникации.
31. Выбор канала размещения рекламы в рамках целевого маркетинга.
32. Роль тестирования при оценке эффективности рекламной кампании.
33. Стратегия сегментирования при выборе целевой аудитории коммуникации.
34. Влияние процессов глобализации на характер массовых

коммуникаций.

35. Принципы выбора печатного издания для размещения рекламы.
36. Принципы выбора телевизионного канала для размещения рекламы.
37. Структура телевидения и характеристика его аудитории.
38. Радио как специфическое средство массовой коммуникации.
39. Интернет как средство массовой коммуникации в виртуальном пространстве.
40. Социо-демографическое описание целевой группы потребителей для товара «Х».
41. Выбор каналов распространения рекламы и конкретных носителей для размещения в них рекламы товара «Х».
42. Расчет основных показателей медиаплана.
43. Оптимизация медиаплана по заданным параметрам.
44. Составление графика размещения рекламы товара «Х».
45. Компьютерное моделирование в медиапланировании.
46. Социологические исследования в области рекламы в средствах массовой информации.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2> - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/953324>
2. Шарков, Феликс Изосимович. Коммуникология: основы теории коммуникации : Учебник / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 5. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 488 с. - ISBN 978-5-394-03544-9. URL: <http://znanium.com/go.php?id=1093511>

Дополнительная литература:

1. Кастельс, М. Власть коммуникации=Communication Power : учебное пособие : [16+] / М. Кастельс ; под науч. ред. А. И. Черных ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с. : ил. – (Переводные учебники ВШЭ). URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848>
2. Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций : [16+] / Г. Б. Паршукова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с. : ил., табл. – ISBN 978-5-7782-3287-7.

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452>

3. Теория и практика межкультурной коммуникации : учебно-методическое пособие / И.В. Харитоновна, Е.В. Байкина, И.С. Крылов и др. ; Московский педагогический государственный университет. – Москва : Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2018. – 84 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500569>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн. <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM. <http://www.znanium.com>

3. Информационно-правовой портал Гарант.ру. <http://www.garant.ru/>

4. Справочная правовая система КонсультантПлюс. <http://www.consultant.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Перечень программного обеспечения: MSOffice, PowerPoint.

Информационные справочные системы: не предусмотрены курсом дисциплины.

Ресурсы информационно-образовательной среды МГОТУ:

Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу «**Основы теории коммуникаций, включая деловые и межличностные коммуникации**».