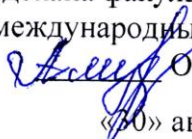


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:  
И.о.декана факультета истории  
и международных отношений  
 О.И. Амурская  
«30» августа 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ**

Уровень основной профессиональной образовательной программы  
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественность

Форма обучения: очная

Срок освоения ОПОП: 4 - нормативный

Факультет истории и международных отношений

Кафедра журналистики

Рязань, 2018

## ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целями освоения дисциплины (модуля) Основы теории коммуникаций овладение и реализация компетенций, заявленных для данной дисциплины; а также представляется необходимо преподавать студентам научные знания об истории и современном состоянии теории коммуникации; помочь им разобраться в сложной системе многочисленных научных направлений. Школ, концепций. Сложившихся в теории коммуникации в течение XX – XXI веков; вооружить будущих специалистов знаниями, умениями и навыками, необходимыми для ведения профессиональной и популяризаторской работы по данной дисциплине; способствовать расширению научного кругозора с помощью обращения к междисциплинарным научным знаниям, привлечением данных близкородственных наук (лингвистики, философии, семиотики, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, литературоведения) выработке у них аналитических подходов в рассмотрении вопросов, носящих проблемный характер; сформировать у студентов самостоятельное, творческое осмысление фактов основных проблем теории коммуникации с учетом тенденций в развития данной науки; раскрыть многоаспектный характер моделей коммуникации, показать взаимозависимость и взаимосвязь ее элементов; рассмотреть вопросы, связанные с исследованиями в области массовой коммуникации; ознакомить студентов с методикой научных исследований и подготовить к ведению в будущем самостоятельной профессиональной работы в сфере PR с привлечением полученных знаний по теории коммуникации.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

- 2.1. Дисциплина (модуль) Основы теории коммуникации относится к базовой части Блока 1. - Б1.Б.12
- 2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие предшествующие дисциплины:
- Теория и практика массовой информации
- 2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: дисциплины, преподаваемые в магистратуре

**2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) (общепрофессиональных - ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОК 5	Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1)Законы коммуникации; 2)особенности осуществления коммуникации; 3)виды коммуникации; 4)способы вовлечения в коммуникацию	1)Использовать законы коммуникации; 2)осуществлять межкультурную коммуникацию; 3)использовать приемы манипулирования	1)Преодоления коммуникативных барьеров; 2) приемами и методами коммуникации.
2.	ОПК 4	Умением проводить под контролем коммуникационные компании и мероприятия	1)Модели формирования коммуникационных кампаний; 2)особенности использования коммуникации на разных уровнях; 3) методы и приемы вовлечения СМИ	1)формировать содержательный компонент коммуникационных компаний; 2)осуществлять коммуникацию на разных уровнях 3) использовать СМИ в	1) создания коммуникативного пространства; 2)знаковыми системами осуществления коммуникации

				коммуникационн ых кампаний	
3.	ПК 6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	1) особенности коммуникации в малой группе; 2) различия вербальной и невербальной коммуникации; 3) особенности профессиональной коммуникации	1) осуществлять коммуникацию в малой группе; 2) осуществлять вербальную коммуникацию; 3) осуществлять невербальную коммуникацию	1) навыками коммуникации в малой группе; 2) навыками невербальной и вербальной коммуникации
4	ПК7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	1) особенности массовой коммуникации; 2) специфику коммуникации при проведении рекламных мероприятий; 3) особенности использования коммуникации в PR-кампаниях	1) осуществлять массовую коммуникацию; 2) проводить коммуникационн ые кампании; 3) проводить PR-кампании	1) спецификой использования невербальной и вербальной коммуникации в создании компаний; 2) коммуникацией в профессиональной сфере

## 2.5 Карта компетенций дисциплины.

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Основы теории коммуникаций					
Цель дисциплины	<p>овладение и реализация компетенций, заявленных для данной дисциплины; а также представляется необходимыми преподавать студентам научные знания об истории и современном состоянии теории коммуникации; помочь им разобраться в сложной системе многочисленных научных направлений. Школ, концепций. Сложившихся в теории коммуникации в течение XX – XXI веков; вооружить будущих специалистов знаниями, умениями и навыками, необходимыми для ведения профессиональной и популяризаторской работы по данной дисциплине; способствовать расширению научного кругозора с помощью обращения к междисциплинарным научным знаниям, привлечением данных близкородственных наук (лингвистики, философии, семиотики, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, литературоведения) выработке у них аналитических подходов в рассмотрении вопросов, носящих проблемный характер; сформировать у студентов самостоятельное, творческое осмысление фактов основных проблем теории коммуникации с учетом тенденций в развитии данной науки; раскрыть многоаспектный характер моделей коммуникации, показать взаимозависимость и взаимосвязь ее элементов; рассмотреть вопросы, связанные с исследованиями в области массовой коммуникации; ознакомить студентов с методикой научных исследований и подготовить к ведению в будущем самостоятельной профессиональной работы в сфере PR с привлечением полученных знаний по теории коммуникации.</p>				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
<b>Общекультурные компетенции:</b>					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОК 5	Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и	<p><b>Знать</b></p> <p>1)Законы коммуникации;</p> <p>2)особенности осуществления коммуникации;</p>	Лекции, семинары, написание рефератов	зачет	<p><b>Пороговый</b> Знание законов коммуникации,</p> <p><b>Повышенный</b> Знание законов коммуникации. Умение преодолеть</p>

	иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	3) виды коммуникации; 4) способы вовлечения в коммуникацию <b>Уметь</b> 1) Использовать законы коммуникации; 2) осуществлять межкультурную коммуникацию; 3) использовать приемы манипулирования <b>Владеть</b> 1) преодоления коммуникативных барьеров; 2) приемами и методами коммуникации.			коммуникативные барьеры, использовать приемы и методы коммуникации
<b>ОбщеПрофессиональные компетенции:</b>					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВАНИЕ				
ОПК 4	Умением проводить под контролем коммуникационные компании и мероприятия	<b>Знать</b> 1) Модели формирования коммуникационных кампаний; 2) особенности	Лекции, практические занятия, написание рефератов	зачет	<b>Пороговый</b> Знать модели коммуникации, отличия межличностной, массовой и групповой коммуникации <b>Повышенный</b>

		использования коммуникации на разных уровнях; 3)методы и приемы вовлечения СМИ <b>Уметь</b> 1)формировать содержательный компонент коммуникационных компаний; 2)осуществлять коммуникацию на разных уровнях 3) использовать СМИ в коммуникационных кампаний <b>Владеть</b> 1) создания коммуникативного пространства; 2)знаковыми системами осуществления коммуникации			Применять полученные знания, умения, владения на профессиональной уровне
<b>Профессиональные компетенции</b>					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВ КА				

ПК 6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<b>Знать</b> 1) особенности коммуникации в малой группе; 2) различия вербальной и невербальной коммуникации; 3) особенности профессиональной коммуникации <b>Уметь</b> 1) осуществлять коммуникацию в малой группе; 2) осуществлять вербальную коммуникацию; 3) осуществлять невербальную коммуникацию <b>Владеть</b> 1) навыками коммуникации в малой группе; 2) навыками невербальной и вербальной коммуникации	Лекции, практические занятия, написание рефератов	зачет	<b>Пороговый</b> Владение вербальной и невербальной коммуникацией <b>Повышенный</b> Использование вербальной и невербальной коммуникации в организации инфраструктуры, знание особенностей массовой и групповой коммуникации
ПК 7	Способностью принимать участие в	<b>Знать</b> 1) особенности массовой	Лекции, практические занятия. Написание рефератов	зачет	<b>Пороговый</b> знание массовой коммуникации



планировании,  
подготовке и  
проведении  
коммуникационн  
ых кампаний и  
мероприятий

коммуникации;  
2) специфику  
коммуникации при  
проведении  
рекламных  
мероприятий;  
3) особенности  
использования  
коммуникации в  
PR-кампаниях

**Уметь**

1) осуществлять  
массовую  
коммуникацию;  
2) проводить  
коммуникационные  
кампании;  
3) проводить PR-  
кампании

**Владеть**

1) спецификой  
использования  
невербальной и  
вербальной  
коммуникации в  
создании компаний;  
2) коммуникацией в  
профессиональной  
сфере

**Повышенный**

Осуществлять  
коммуникативные задачи на  
массовом и групповом  
уровне

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	8 Семестр
1	2	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	40	40
В том числе:		
Лекции (Л)	20	20
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)		
2. Самостоятельная работа студента (всего)	68	68
В том числе		
<i>СРС в семестре:</i>	48	48
Курсовая работа	КП	
	КР	
Другие виды СРС:	-	
Подготовка к практическим занятиям	10	10
Написание реферата	10	10
Чтение дополнительной литературы	10	10
Подготовка к зачету	10	10
<i>СРС в период сессии</i>	8	8
Подготовка к зачету	20	20
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	зачет
	экзамен (Э)	зачет
ИТОГО: Общая трудоемкость	часов	108
	зач. ед.	3

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
		3	4
8	1.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации Проблемы коммуникации в истории социальнo-философской мысли	Предмет коммуникации, объект коммуникации, междисциплинарный характер коммуникации. Законы теории коммуникации. Наука как форма человеческой деятельности, связанная с выработкой и теоретической систематизацией объективных знаний о действительности, ориентирована на открытие и формулирование законов природы и общества. Коммуникация в античном пространстве. Ораторское искусство как средство развития коммуникации. Коммуникация в средневековье. Коммуникация в эпоху Возрождения и Нового времени. Герменевтика. Современные теории коммуникации: бихевиоризм, персонализм, экзистенциализм. Особое внимание исследователи коммуникации уделяли проблемы герменевтики.
	2.	Виды коммуникации. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникация	Язык как естественный вид коммуникации. Семиотика — наука о знаках. Знак. Индексальные знаки. Иконические знаки. Символические знаки. Семантика. Синтактика. Прагматика. Треугольник Фреге. Соотношение языка и речи. Понятие невербальной коммуникации. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации. Пара и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Мимика. Жесты. Организация пространства и времени коммуникативного процесса. Позы и походка. Контакт глаз
	3.	Уровни коммуникации	Понятие межличностной

	<p>Межличностная коммуникация. Коммуникации в малых группах.</p>	<p>коммуникации. лки межличностной коммуникации. Речевое и неречевое поведение в межличностнлки межличностной коммуникации. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Чувства и эмоции как коммуникативные действия. Особенности коммуникации в малых группах. Понятие малой группы. Виды малой группы: диада, триада и др. Верхний предел группы.</p>
4.	<p>Массовая коммуникация</p>	<p>Массовая коммуникация - процесс распространения информации, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории. Массовая коммуникация прежде всего характеризуется: наличием технических средств, обеспечивающих регулярностью и тиражированностью; социальной значимостью информации, способствующие повышению мотивированности массовой коммуникации; массовостью аудитории, которая вследствие ее рассредоточенности и анонимности требует тщательно продуманной ценной ориентации; многоканальностью и возможностью выбора коммуникативных средств. Теории массовой коммуникации.</p>
5.	<p>Виды профессионально-ориентированной коммуникации. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация</p>	<p>Коммуникация как функция управления организацией. Особенности внутренних коммуникаций в организации. Виды коммуникаций в организациях. Формы деловой коммуникации в организации. Особенности маркетинговых коммуникаций. Понятие политической коммуникации. Структура, средства и модели политической коммуникации. Электоральная политическая коммуникация Политическая коммуникация в нформационном обществе Политика, как и любая сфера человеческой деятельности,</p>

		изначально содержит в себе коммуникационное начало, которое проявляется в конкретно-исторических формах взаимодействия, «общения» различных субъектов политики — индивидов, социальных групп и выражающих их интересы институтов по поводу установления, функционирования и изменения власти в обществе.
6.	Межкультурная коммуникация. Коммуникация в рекламе и PR. Семиотика в рекламе и PR	Понятие межкультурной коммуникации. Уровни межкультурной коммуникации. Формы межкультурной коммуникации. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации. Типы восприятия межкультурных различий. Понятие креолизованного текста. Прецедентный текст.

## 2.2. Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестрам)
			Л	ЛР	ПЗ/С	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	1	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации Проблемы коммуникации в истории соционально-философской мысли	4		2	12	18	1-2 неделя  Написание реферата  Подготовка к зачету  чтение дополнительной литературы
8	2	Виды коммуникации. Вербальная	2		2	12	18	3-4 неделя написание реферата

	коммуникация. Невербальная коммуникации						подготовка к зачету чтение дополнительной литературы
3	Уровни коммуникации Межличностная коммуникация. Коммуникации малых группах. <b>в</b>	4		4	12	16	5-6 неделя написание реферата подготовка к зачету чтение дополнительной литературы
4	Массовая коммуникация	4		4	12	18	7-8 неделя чтение дополнительной литературы подготовка к зачету написание реферата
5	Виды профессионально- ориентированной коммуникации. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация	2		4	10	18	9 неделя чтение дополнительной литературы написание реферата подготовка к зачету
6	Межкультурная коммуникация. Коммуникация в рекламе и PR. Семиотика в рекламе и PR	4		4	10	20	10 неделя Защита реферата
	Разделы дисциплины	-	-	-			ПрАт
	ИТОГО за семестр	20		20	68	108	зачет

2.3 . Лабораторный практикум  
**НЕ ПРЕДУСМОТРЕН**

2.4. Примерная тематика курсовых работ  
**НЕ ПРЕДУСМОТРЕНЫ**

#### **Темы рефератов**

1. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза.
2. Развитие технических средств коммуникации.
3. Проблема коммуникации в античной культуре
4. Коммуникативная проблематика в христианской культуре.
5. Проблема коммуникации в эпоху Возрождения и Новое время.

6. Философские подходы к построению теории коммуникации.
7. Коммуникация в животном мире и мире человека
8. Семиотика и теория Ч. Пирса.
9. Критика коммуникации Ф. Ницше.
10. Проблемы коммуникации в экзистенциализме
11. «Кризис общения» Э. Мунье.
12. Типы отношений М. Бубера.
13. Критика диалогической философии Ю. Блохеньским
14. Философско-методологические основы герменевтики.
15. Герменевтическая феноменология Г.Г. Шпета.
16. Онтологическое направление в герменевтике – М. Хайдеггер
17. Герменевтические идеи Г.Г. Гадамера.
18. Проблемы коммуникации в аналитической философии
19. логический позитивизм Б. Рассела.
20. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
21. «Обыденный язык» Дж. Остина.
22. Семиотика и теория Ч. Морриса.
23. Значение коммуникации в современном обществе у Ю. Хабермаса
24. Технократический подход к изучению коммуникации.
25. Теория информационного общества.
26. Теория Г.М. Маклюэна.
27. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
28. Интеракционный подход теории коммуникации
29. Интеракционистский культурологический подход к изучению коммуникации.
30. Теория межкультурного содержания коммуникации
31. Теория «лица» С. Тинг-туми.
32. Диалектическая теория отношений Л. Бакстера
33. Теория снижения неопределенности Ч. Бергера.
34. Теория управления неопределенностью У. Гудикунста
35. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.
36. Структурная лингвистика Ф. де Соссюра
37. Социолингвистический подход в теории коммуникации.
38. Теории массовой коммуникации
39. Основные методы теории коммуникаций
40. Различия в коммуникативных способностях человека и животных
41. «Лингвистический поворот» в философии XX в.
42. Вклад немецкой классической философии в развитие теории коммуникаций.
43. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
44. Информационная концепция коммуникации
45. Кибернетические аспекты коммуникации

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

#### 3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
8	1.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации Проблемы коммуникации в истории соционально-философской мысли	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Написание реферата	3 3 3 3
	2.	Виды коммуникации. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникации	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Написание реферата	3 3 3 3
	3.	Уровни коммуникации Межличностная коммуникация. Коммуникации в малых группах.	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Написание реферата	3 3 3 3
	4.	Массовая коммуникация	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Написание реферата	3 3 3 3
	5.	Виды профессионально-ориентированной коммуникации. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Написание реферата	3 3 3 1
	6	Межкультурная коммуникация. Коммуникация в рекламе и PR. Семиотика в рекламе и PR	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Написание реферата	3 3 3 1
ИТОГО:				68





### 3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов — один из важнейших аспектов обучения.

Во время самостоятельной работы студент знакомится с материалами, лекций, практических занятий, пишет реферат, при этом изучая дополнительную литературу по той узкой теме, которая им выбрана. Перед работой с научными трудами (монографиями и статьями) следует ознакомиться с программой, которая предоставляет студенту основные положения читаемого курса. При изучении дисциплины необходимо обратить внимание на тщательное фиксирование лекций, внимательно ознакомиться с историей возникновения Связи с общественностью как научного знания, потому что многие приемы и методы, которые используются в настоящее время, были сформулированы в процессе развития научной составляющей науки и учебной дисциплины. Также стоит внимательно изучить взаимосвязь рекламы, журналистики и PR с целью использования в профессиональной деятельности. В процессе обучения предполагается создание собственного PR — проекта. В процессе лекционных занятий необходимо фиксировать материал, на практических занятиях следует, используя самостоятельно подготовленный материал, отвечать на вопросы, выступать с сообщениями, также предполагается конспектирование дополнительной литературы как материала для ответа на контрольные вопросы. Знакомство с предметом продолжается исследованием научных трудов, представленных в списке основной и дополнительной литературы. Наряду с указанными источниками необходимо постоянно изучать PR-кампании в истории и современности.

3.3.1. Контрольные работы/рефераты (в пункте подраздела указываются примерные темы контрольных работ и рефератов и даются необходимые рекомендации по их выполнению.)

Цель написания реферата – сформировать навыки по поиску, отбору, анализу и формулированию материала. Написание реферата должно быть творческим – нужно не переписывать текст из источников, а пытаться кратко излагать своими словами прочитанное содержание. При работе над рефератом обязательно выявляются и отмечаются трудные для самостоятельного осмысления вопросы, с которыми уместно обратиться к преподавателю.

При чтении и реферировании учебной и научной литературы необходимо следить за точным и полным пониманием значения терминов и содержания понятий, используемых в тексте, уточнять значения по словарям или энциклопедиям, при необходимости записывать.

При написании реферата обязательно указывать все прорабатываемые источники (автор, название работы, год и место издания, с указанием использованных страниц).  
план конспекта, основное содержание, и список использованной литературы.

#### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) (см. Фонд оценочных средств)

##### 4.2. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине (модулю)

Рейтинговая система в Университете не используется.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

*Оформление основной и дополнительной литературы может быть представлено как в табличном, так и в текстовом виде в соответствии с ГОСТ 7.1 – 2003. В случае представления списка литературы в текстовом варианте необходимо указать информацию, содержащуюся во всех разделах таблицы (количество экземпляров в библиотеке и на кафедре, при изучении каких разделов используется и т.д).*

##### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, вид издания, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. [Электронный ресурс]. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — Режим доступа: <a href="https://biblionline.ru/book/0C6731B2-E59A-448A-BE95-7EFC1B36B516/osnovy-teorii-kommunikacii">https://biblionline.ru/book/0C6731B2-E59A-448A-BE95-7EFC1B36B516/osnovy-teorii-kommunikacii</a> (дата обращения: 04.05.2018).	1-6	8	ЭБС	-
2	Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. [Электронный ресурс]. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 415 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — Режим доступа: <a href="https://biblionline.ru/book/FA9A14C4-7F46-4501-9F67-820333CA7155/teoriya-kommunikacii">https://biblionline.ru/book/FA9A14C4-7F46-4501-9F67-820333CA7155/teoriya-kommunikacii</a> ( дата обращения:	1-6	8	ЭБС	-

	04.05.2018).				
3	<p>Основы теории коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под ред. Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. [Электронный ресурс — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 193 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — Режим доступа: <a href="https://biblionline.ru/book/AED74604-151A-4E99-B405-163B0931EC5D/osnovy-teorii-kommunikacii">https://biblionline.ru/book/AED74604-151A-4E99-B405-163B0931EC5D/osnovy-teorii-kommunikacii</a> ( дата обращения: 04.05.2018).</p>	1-6	8	ЭБС	-

## 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, вид издания, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1	<p>Горфинкель, В.Я. Коммуникации и корпоративное управление : учебное пособие / В.Я. Горфинкель, В.С. Торопцов, В.А. Швандар. [Электронный ресурс]. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 129 с. Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119552">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119552</a> (04.05.2018)</p>	1-6	8	ЭБС	-
2	<p>Невоструев, П.Ю. Маркетинговые коммуникации : учебно-практическое пособие / П.Ю. Невоструев. [Электронный ресурс]. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 199 с. – Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=93160">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=93160</a>( дата обращения: 04.05.2018).</p>	1-6	8	ЭБС	-

3	Романов, А.А. Массовые коммуникации : учебно-практическое пособие / А.А. Романов. [Электронный ресурс]. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 175 с. – Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=93162">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=93162</a> (дата обращения: 04.05.2018).	1-6	8	ЭБС	-
4	Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. [Электронный ресурс]. - 4-е изд., перераб. - Москва : Дашков и Ко, 2013. - 488 с. : Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=255819">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=255819</a> (дата обращения: 06.05.2018).	1-6	8	ЭБС	-

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

<http://www.sovetnik.ru>

- <http://www.adme.ru>
- <http://www.rara.ru> - сайт Российской Ассоциации Рекламных Агентств
- <http://www.advi.ru> - сайт журнала «Рекламные идеи»
- <http://kak.ru/> - сайт журнала для дизайнеров «Как»
- <http://www.advertology.ru/> - сайт наука о рекламе
- <http://www.adage.ru> - сайт российского журнала AdAge
- <http://www.adage.com/> - сайт журнала AdAge
- <http://www.salespromotion.ru> - сайт по брэндингу
- <http://www.advertising.ru/>
- <http://www.reklamainfo.ru> - информационно-справочная система
- <http://www.adverus.ru/> рекламный мир
- <http://www.advert.ru/>
- <http://www.sostav.ru> - рынок российской рекламы. Новости
- <http://www.outdoormedia.ru> - наружная реклама

### 5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

**«Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины**

1. Актуально о моде и стиле – URL: <http://privately.ru/> (дата обращения 15.10.2018)
2. **Биографический словарь – URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/biograf2/> (дата обращения 15.10.2018)**
3. Большой энциклопедический словарь – URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (дата обращения 15.10.2018)
4. **Отрасли имиджологии (статьи). – URL: [:http://imageology.ru/content/view/21/1/](http://imageology.ru/content/view/21/1/) (дата обращения 15.10.2018)**
5. Официальный сайт научно-практического журнала. «Корпоративная имиджология» – URL: [:http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit\\_image](http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit_image) (дата обращения 15.10.2018)
6. Профессиональный PR-портал [Sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru). – URL: - <http://sovetnik.ru/> (дата обращения 15.10.2018)
7. Статьи по имиджологии – URL <http://www.mia-donna.ru/statyi-po-teme/imidgelogija/> (дата обращения 15.10.2018)
8. Стиль и имидж. – URL: <http://easy-style.ru/imglogic.shtml> (дата обращения 15.10.2018)

#### **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

- 6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:
  - **специализированные лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном.**
- 6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:
  - **видеопроектор, ноутбук, переносной экран**
- 6.3. Требования к специализированному оборудованию **отсутствуют.**

#### **7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

*нет*

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

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять

	ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделять внимание теоретическим понятиям <b>коммуникация, законы коммуникации, массовая коммуникация, вербальная и невербальная коммуникация и др.</b>
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, просмотр презентаций и фильмов на тему <b>«Коммуникация в культуре», «Коммуникация в политике» «Коммуникация и PR», «Коммуникация и реклама»</b>
Контрольная работа	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Доклад-презентация	Доклад должен быть сделан с использованием презентационных программы. Темы докладов: <b>«Вербальное и невербальное общение в рекламе», «Политическая реклама» и др.</b>
Собеседование	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

**9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

*Автоматизация взаимодействий с обучающимися.*

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

**10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ЛИЦЕНЗИОННОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ)**

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО

Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО
Набор ПО для кафедральных ноутбуков	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО



## Приложение 1

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

#### *Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) для промежуточного контроля успеваемости*

п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации Проблемы коммуникации в истории соционально-философской мысли	ОК 5	зачет
2.	Виды коммуникации. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникации	ОПК 4 ОК 5	зачет
3	Уровни коммуникации Межличностная коммуникация. Коммуникации в малых группах.	ПК6 ПК7	зачет
4	Массовая коммуникация	ПК 6 ПК 7	зачет
5	Виды профессионально-ориентированной коммуникации. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация	ОК 5 ОПК 4	зачет
6	Межкультурная коммуникация. Коммуникация в рекламе и PR. Семиотика в рекламе и PR	ПК 7	Зачет

#### ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК 5	Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<b>знать</b>	
		<b>Знать</b> Законы коммуникации; особенности осуществления коммуникации	ОК5 31
		особенности осуществления коммуникации	ОК5 32
		виды коммуникации;	ОК5 33

		способы вовлечения в коммуникацию	ОК5 34
		<b>уметь</b>	
		Использовать законы коммуникации	ОК5 У1
		осуществлять межкультурную коммуникацию	ОК5 У2
		Использовать приемы манипулирования	ОК 5 У 3
		<b>владеть</b>	
		Преодоление коммуникативных барьеров	ОК5 В1
		приемами и методами коммуникации	ОК5 В2
ОПК 4	Умение проводить под контролем коммуникационные компании и мероприятия	<b>знать</b>	
		Модели формирования коммуникационных компаний	ОПК4 31
		особенности использования коммуникации на разных уровнях: межличностном, групповом, массовом	ОПК4 32
		методы и приемы вовлечения СМИ	ОПК 4 33
		<b>уметь</b>	
		Формировать содержательный компонент коммуникационных компаний	ОПК4 У1
		осуществлять коммуникацию на разных уровнях	ОПК4 У2
		использовать СМИ в коммуникационных кампаниях	ОПК 4 У3
		<b>владеть</b>	
		Создания коммуниативного пространства;	ОПК4 В1
		знаковыми системами осуществления коммуникации	ОПК4 В2
ПК 6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	знать	
		Особенности коммуникации в малой группе;	ПК6 31
		различия вербальной и невербальной коммуникации	ПК6 32
		особенности профессиональной коммуникации	ПК6 33
		<b>уметь</b>	
		Осуществлять коммуникацию в малой группе;	ПК6 У1

		осуществлять вербальную и невербальную коммуникацию	ПК6 У2
		осуществлять невербальную коммуникацию	ПК6 У3
		<b>владеть</b>	
		Навыками коммуникации в малой группе;	ПК6 В1
		навыками невербальной и вербальной коммуникации	ПК6 В2
ПК 7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	знать	
		Особенности массовой коммуникации;	ПК 7 31
		специфику коммуникации в профессиональной сфере	ПК7 32
		особенности использования коммуникации в PR-кампаниях	ПК 7 33
		<b>уметь</b>	
		Осуществлять массовую коммуникацию;	ПК 7 У1
		проводить коммуникационные компании	ПК 7 У2
		проводить PR-кампании	ПК 7 У3
		<b>владеть</b>	
		Спецификой использования невербальной и вербальной коммуникации в создании компаний	ПК 7 В 1
коммуникацией в профессиональной сфере	ПК 7 В2		

### КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.	ОПК4 31 ОПК 4У1 ОПК 4 В1 ОПК 4 У3
2	Предмет теории коммуникации. Методы и функции теории коммуникации.	ОК 5 31 ОК 5 32 ОК 33 ОК 34 ПК6 32 ПК У2 ПК У3 В2
3	Коммуникативный процесс	ОК 5 У 3 ОПК 4 У3 ПК7 32 ПК

		7 У2 ПК 7 У3 ПК7 В2
4	Виды коммуникаций. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникация.	ОК 532 ОК5 33 ОК У3 ОК 5 3 ОК 5У2 ОК 5 В2
5	Уровни коммуникации.	ОПК4 31 ОПК 4 У 1 ОПК 4В 1 ОПК 4 У3 ПК6 У3 ПК7 У3
6	Межличностная коммуникация.	ОПК 4 31 ОПК 4У 1 ОПК 4 В 1 ПК 7 У1 ПК У3
7	Коммуникация в малых группах.	ОПК 5 31 ОПК 4 У 1 ОПК 4В 1
8	Формы межкультурной коммуникации.	ПК 731 ПК 6 У1 ПК 6 В 1
9	Формы публичной коммуникации.	ПК7 31 ПК 7У 1 ПК 7В 1 ПК 7 У2 ПК7 У3 ПК 7 В2
10	Понятие «коммуникация».	ОК 5 У1 ОК 31 ОК В1
11	Знаки в коммуникации: семиотическая система в коммуникации (синтактика, семантика, прагматика)	ПК 6 32 ПК 6У 2 ПК6 В 2
12	Функции коммуникации.	ПК 6 32 ПК 6У 2 ПК 6В 2
13	Особенности устной речи	ОПК 4 В1 ОПК 4 32
14	Различия устной и письменной коммуникации.	ОК 5 31 ОК 5 У1 ОК 5В 1 ОК 5 32
15	Виды слушания.	ОПК4 31 ОПК У 1 ОКП В 1
16	Роль слушания в коммуникации.	ОПК 4 31 ОК 5 У 1 ОКП4 В 1
17	Политическая коммуникация	ОПК 4 31 ОПК 4 У 1ОПК 4 В 1
18	Вербальная коммуникация. Особенности вербальной коммуникации.	ПК7 31 ПК У 1 ПК В 1 ПК 7 33
19	Невербальная коммуникация. Особенности невербальной коммуникации.	ПК 6 32 ПК 6 33 ПК 6 У3 ПК 6У 2 ПК 6В 2
20	Жесты и мимика как невербальная коммуникация	ПК 6 32 ПК 6 33 ПК 6 У 2 ПК 6 В 2
21	Интонация как невербальная коммуникация	ПК 6 32 ПК 6 У 2 ПК 6 У3 ПК 6 В 2 ПК 6 В1
22	Создания коммуникационного портрета личности	ПК 7 У1 ПК 7 У2 ПК 7 У3 ПК 7 31 ПК 7 32 ПК7 33 Пк 7В 1 ПК В2
23	Реклама как способ воздействия на личность	ПК7 32 ПК 7 У2 ПК 7 В 3 Пк 7 33 ПК 7 В 2
24	Интраперсональная коммуникация.	ОПК4 31 ОПК 4 33 ОК 5 33 ОК 5 34 ОК 5 У 1 ОК 5 У3 ОПК4 У3
25	Межличностная коммуникация.	ОПК 4 У3 ОПК 4В1 ОПК 432 ОПК 4 33 ОК 5 33 ОК 5 34 ОК 5 У3

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Массовая коммуникация: определение. Структурные составляющие коммуникационных процессов	ОК5 31 ОК5У1 ОК 5 В1 ОК 5 32 ОК 33 ОК 34
2	Влияние массовой коммуникации на формирование ценностных ориентаций.	ОПК4 31 ОПК 4У1 ОПК 4В1 ОПК 4 32 ОПК 4 У2 ОПК 4 В2 ОПК 4 33 ОПК 4 У3
3	Модель массовой коммуникации. Особенности модели	ОПК4 31 ОПК 4У1 ОПК 4 В1 ОПК 4 У3
4	СМИ и СМК: общее и частное	ОК 5 31 ОК 5 32 ОК 33 ОК 34 ПК6 32 ПК У2 ПК У3 В2
5	Интернет как поле распространения массовой коммуникации	ОК 5 У 3 ОПК 4 У3 ПК7 32 ПК 7 У2 ПК 7 У3 ПК7 В2
6	Приемы воздействия на общество. Создание общественного мнения	ОК 532 ОК5 33 ОК У3 ОК 5 3 ОК 5У2 ОК 5 В2
9	Межперсональная и массовая коммуникация.	ОПК4 31 ОПК 4 У 1 ОПК 4В 1 ОПК 4 У3 ПК6 У3 ПК7 У3
10	Информационные войны как одна из форм массовой коммуникации	ОПК 4 31 ОПК 4У 1 ОПК 4 В 1 ПК 7 У1 ПК У3
11	Коммуникация в малых группах.	ОПК 5 31 ОПК 4 У 1 ОПК 4В 1
12	Формы межкультурной коммуникации.	ПК 731 ПК 6 У1 ПК 6 В 1
13	Формы публичной коммуникации.	ПК7 31 ПК 7У 1 ПК 7В 1 ПК 7 У2 ПК7 У3 ПК 7 В2
14	Реклама и массовая коммуникация	ОК 5 У1 ОК 31 ОК В1
15	Преодоление коммуникативных барьеров в рекламе	ПК 6 32 ПК 6У 2 ПК6 В 2
16	Знаки в рекламе	ПК 6 32 ПК 6У 2 ПК 6В 2
17	Основные теории массовой коммуникации.	ПК 7 У1 ПК 7 31 ПК7 В 1
18	Функции средств массовой информации.	ПК7 32 ПК 7 У2 ПК 7 В 2
19	Коммуникативные барьеры.	ОПК4 31 ОПК 4У 1 ОПК 4 32 ОПК 4 33 ОПК 4 34
20	Профессионально-ориентированная коммуникация.	ОПК 4 В1 ОПК 4 32
21	Коммуникация в малой группе.	ОК 5 31 ОК 5 У1 ОК 5В 1 ОК 5 32
22	Модель коммуникационного процесса	ОПК4 31 ОПК У 1 ОКП В 1
23	Семиотика в рекламе	ОПК 4 31 ОК 5 У 1 ОКП4 В 1

24	Политическая коммуникация	ОПК 4 31 ОПК 4 У 1 ОПК 4 В 1
25	Виды и формы коммуникаций в организации.	ПК 731 ПК 7 У1 ПК 7В 1

#### ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

**В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций, формируемых на учебных занятиях по дисциплине Введение в специальность (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины (модуля)).**

«зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.