


**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий –  
ИМСИТ»  
(г. Краснодар)**

**Факультет менеджмента**

**Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций**

УТВЕРЖДЕНО  
Научно-методическим советом академии  
протокол №8 от 16 апреля 2018 года  
Председатель НМС,  
проректор по учебной работе,  
профессор  
Н.Н. Павелко



**Б1.Б.12**

**Основы теории коммуникации**

рабочая программа по дисциплине  
для студентов направления подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) образовательной программы  
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**квалификация (степень) выпускника  
«БАКАЛАВР»**

Краснодар  
2018

Рабочая программа дисциплины «*Основы теории коммуникации*» разработана кандидатом культурологии, доцентом Н. Ю. Буряк

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «11» августа 2016г. № 997.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий сервиса и деловых коммуникаций протокол № 8 от 19 марта 2018г.

составитель: к.к.н., доцент



Н.Ю. Буряк

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент



Н.И. Севрюгина

Рабочая программа утверждена на заседании Научно-методического совета Академии «16» апреля 2018г., протокол № 8.

Согласовано:

Проректор по качеству образования,  
доцент



К.В. Писаренко

Рецензенты:

**Г.Н. Немец** к.ф.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью  
ФГБОУ ВО «КубГУ»

**А.А. Луговой** директор по маркетингу группы компаний «Р-класс»

## Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	5
3 Требования к результатам освоения содержания дисциплины.....	7
4 Содержание и структура дисциплины (модуля).....	8
4.1 Содержание разделов дисциплины.....	8
4.2 Структура дисциплины.....	9
4.3 Занятия лекционного типа	20
4.4 Занятия семинарского типа	20
4.5 Курсовой проект (курсовая работа).....	21
4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины.....	22
5 Образовательные технологии.....	24
5.1 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях.....	25
6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	27
7 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).....	41
7.1 Основная литература.....	41
7.2 Дополнительная литература.....	42
7.3 Периодические издания.....	42
7.4 Интернет-ресурсы.....	43
7.5 Методические указания к лабораторным занятиям.....	43
7.6 Методические указания и материалы по видам занятий.....	43
7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы.....	43
7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий.....	45
8 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	46
9 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	47

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Целью освоения дисциплины** «Основы теории коммуникации» является ознакомление обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с сутью категории «коммуникация», с различными коммуникационными теориями, с видами, типами и формами коммуникации, всестороннее раскрытие содержания основных теоретических концепций и терминов, используемых в современной коммуникативистике.

**Предметом освоения дисциплины** «Основы теории коммуникации» являются освоение базисных знаний о природе и сущности современной коммуникативистики.

### **Задачи дисциплины:**

- систематизированное изложение исторических основ возникновения и развития теории коммуникации, ее современного состояния в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические, лингвистические аспекты;

- освоение базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;

- освещение основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации, прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации.

В результате освоения данной дисциплины, опираясь на базу знаний, полученных в процессе обучения, обучающийся должен обладать следующими знаниями, умениями, навыками:

**Знать:** виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; основные подходы и концепции современной коммуникативистики; особенности процессов коммуникации в обществе.

**Уметь:** применять полученные знания в области теории коммуникации в научно-исследовательской и других видах деятельности.

**Владеть:** методами коммуникации в кросс-культурном пространстве; основными методами и приёмами исследовательской и практической работы в области устной и письменной коммуникации.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в базовую часть основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Основы теории коммуникации» при подготовке бакалавров нацелена на обеспечение эффективного общения на разных уровнях хозяйственной и социальной жизни. Как всякая область научных знаний, она опирается на комплекс специфических принципов: принцип детерминизма, принцип системности, принцип развития, а также на связанный с

ними категориальный аппарат, определенный комплекс ключевых, базовых понятий, понимание которых является важнейшим условием успешного усвоения учебной дисциплины в целом. Её предметная область имеет содержательно методологическую взаимосвязь с такими учебными дисциплинами как «Практика связей с общественностью», «Практика рекламы», «Психология делового общения», «Текст в связях с общественностью», «Теория и практика массовой коммуникации», «Социология массовых коммуникаций».

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникации» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, **область профессиональной деятельности** которых включает:

коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;

технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;

общественное мнение.

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникации» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, **объектами профессиональной деятельности** которых являются:

федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия.

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникации» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, подготовленных к решению ряда следующих **профессиональных задач** в соответствии с **видами профессиональной деятельности**, на которые ориентирована ОПОП:

1) коммуникационная деятельность:

– участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

– участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

2) рекламно-информационная деятельность:

– разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

3) информационно-технологическая деятельность:

– участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

– участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Пороговый (входной) уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемый для формирования компетенций, необходимых для освоения программы дисциплины «Основы теории коммуникации», связан с дисциплинами и междисциплинарными связями, обеспечивающими формирование компетенций, необходимыми для освоения программы дисциплины «Основы теории коммуникации».

Дисциплины и междисциплинарные связи, обеспечивающие формирование компетенций, необходимых для освоения программы дисциплины «Основы теории коммуникации».

Наименование дисциплин	Формируемые компетенции
Теория и практика массовой коммуникации	ОК-5; ПК-6
Социология массовых коммуникаций	ПК-6
Русский язык и культура речи	ОК-5; ПК-6

Междисциплинарные контрольные задания и материалы, необходимые для оценки порогового (входного) уровня знаний, умений и навыков, необходимых для формирования компетенции в процессе освоения программы дисциплины «Основы теории коммуникации» представлены в комплекте оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной формы.

### 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

#### а) общекультурных:

**ОК-5** способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

#### знать:

- систему современного русского и иностранного языков; нормы словоупотребления; нормы русской грамматики и грамматики иностранного языка; орфографические нормы современного русского языка и изучаемого иностранного языка; нормы пунктуации и их возможную вариантность;
- литературный язык как особую высшую, обработанную форму общенародного (национального) языка;
- специфику различных функционально-смысловых типов речи (описание, повествование, рассуждение), разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста.

#### уметь:

- создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет;
- свободно общаться и читать оригинальную монографическую и периодическую литературу на иностранном языке по профессиональной тематике и статьи из газет и журналов, издаваемых на иностранных языках и в сети Интернет.

#### владеть:

- различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности;
- технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности
- культурой речи;
- иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов.

**б) профессиональных:**

**ПК-6** способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

**знать:**

- основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль PR-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы;
- технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне
- предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения; виды и формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса;
- концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR- кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании.

**уметь:**

- применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование PR-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей;
- ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;
- быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно рассуждать, и убеждать других;

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере.

**владеть:**

- основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуаций;
- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности;
- методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR- деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами; навыками подготовки технического задания, креативного брифа, брифа на разработку интегрированной коммуникационной кампании; базовыми навыками медиапланирования.

**ПК-12** способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

**знать:**

- предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);
- знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг);
- знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн;
- знание основных методов качественных и количественных социологических исследований;
- знание технологии экспертного интервью;
- важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности;
- специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии.

**уметь:**

- осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации;
- организовывать социологические исследования;



- готовить отчет;
- осуществлять таймменеджмент;
- свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения.

**владеть:**

- навыком работы с большими объемами информации;
- навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов;
- понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли;
- владение методом конкурентного анализа;
- способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире.

#### 4. Содержание и структура дисциплины

##### 4.1 Содержание разделов дисциплины

Таблица 1 — Содержание разделов (модулей) дисциплины

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5
1	Модуль 1 Основная теория коммуникации.	1.1 Понятийный аппарат теории коммуникации 1.2 Типы, функции и стратегии коммуникации 1.3 Коммуникационный процесс 1.4 Социальная коммуникация	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-5 ПК-6 ПК-12
2	Модуль 2 Частная теория коммуникации	2.1 Речевая коммуникация 2.2 Семиотика коммуникации 2.3 Имиджевая коммуникация 2.4 Межличностная коммуникация 2.5 Межкультурная коммуникация	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный	ОК-5 ПК-6 ПК-12

			и письменный), тестирование	
3	Модуль 3 Прикладная коммуникация	3.1 Рекламная коммуникация 3.2 Массовая коммуникация 3.3 Коммуникация в организациях 3.4 Групповая коммуникация	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-5 ПК-6 ПК-12

#### 4.2 Структура дисциплины

Изучение дисциплины осуществляется студентами очной формы обучения (ОФО), ускоренной очной формы обучения (УОФО), заочной формы обучения (ЗФО), ускоренной заочной формы обучения (УЗФО) объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Таблица 2 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ОФО

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед.)	
	1 семестр	Всего
<b>Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)</b>	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего</b>	<b>65,3</b>	<b>65,3</b>
Аудиторная работа, всего:	65,3	65,3
<i>Лекции (Л)</i>	32	32
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	32	32
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0	0
Консультации перед экзаменом (Конс)	1	1
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0,3	0,3
<b>Самостоятельная работа в семестре, всего:</b>	<b>44</b>	<b>44</b>
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	0	0
Реферат (Р)	4	4
Самостоятельное освоение разделов	12	12
Контрольная работа (КР)	0	0

Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	28	28
<b>Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)</b>	<b>34,7</b>	<b>34,7</b>
<b>Вид итогового контроля по дисциплине</b>	Экзамен	Экзамен

Таблица 3 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ЗФО

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед.)		
	1 курс 2 сессия	1 курс 3 сессия	Всего
<b>Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)</b>	<b>36/1</b>	<b>108/3</b>	<b>144/4</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего</b>	<b>2</b>	<b>12,3</b>	<b>14,3</b>
Аудиторная работа, всего:	2	12,3	14,3
<i>Лекции (Л)</i>	2	6	8
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	0	6	6
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0	0
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0	0	0
Консультации перед экзаменом (Конс)	0	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0	0,3	0,3
<b>Самостоятельная работа в семестре, всего:</b>	<b>34</b>	<b>87</b>	<b>121</b>
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	0	0	0
Реферат (Р)	4	17	21
Самостоятельное освоение разделов	12	28	40
Контрольная работа (КР)	0	0	0
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к	18	42	60

лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)			
<b>Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)</b>	<b>0</b>	<b>8,7</b>	<b>8,7</b>
<b>Вид итогового контроля по дисциплине</b>		Экзамен	Экзамен

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для очной формы обучения приведено в таблице 4.

Таблица 4 - Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре ОФО

№ Раздела	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы						Самостоятельная работа	Контроль
		Всего	Аудиторная работа			Конс, КАЭ	ИК, КА		
			Л	ПЗ	ЛР				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Модуль 1 Основная теория коммуникации	48,5	12	10	0	0,5	0	14	12
2	Модуль 2 Частная теория коммуникации	48,5	10	10	0	0,5	0	16	12
3	Модуль 3 Прикладная коммуникация	47	10	12	0	0,3	0	14	10,7
	<i>Итого 144</i>	144	32	32	0	1,3	0	44	34,7
	<i>Всего: 144</i>	144	32	32	0	1,3	0	44	34,7

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для заочной формы обучения приведено в таблице 5.

Таблица 5 - Разделы дисциплины, изучаемые на первом курсе ЗФО

№ Раздела	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы						Самостоятельная работа	Контроль
		Всего	Аудиторная работа			Конс, КАЭ	ИК, КА		
			Л	ПЗ	ЛР				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 курс 2 сессия									
1	Модуль 1	36	2		0	0	0	34	0

	Основная теория коммуникации								
	<i>Итого:</i>	36	2	0	0	0	0	34	0
1 курс 3 сессия									
1	Модуль 1 Основная теория коммуникации	35,1	2	2	0	0,1	0	29	2
2	Модуль 2 Частная теория коммуникации	37,1	2	2	0	0,1	0	29	4
3	Модуль 3 Прикладная коммуникация	35,8	2	2	0	0,1	0	29	2,7
	<i>Итого:</i>	108	6	6	0	0,3	0	87	8,7
	<i>Всего:</i>	144	8	6	0	0,3	0	121	8,7

#### **4.2.1. Содержание и структура дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины**

##### **Модуль 1. Основная теория коммуникации**

##### **Тема 1. Понятийный аппарат теории коммуникаций**

Интегративный характер теории коммуникации. Аспекты теории коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе. Условия коммуникации: наличие не менее 2-х сторон-участников взаимодействия («закон двусторонности процесса»), знаковый характер взаимодействия («закон семиотичности»), наличие обратной связи («закон обратной связи»), наличие общего основания кодирования/декодирования («закон общности кода»), несовпадение информационных потенциалов взаимодействующих систем («закон гетерогенности коммуникативных систем»), наличие локуса функционирования («закон локализации»). Категориальный аппарат теории социальной коммуникации: коммуникативная/речевая деятельность, коммуникация/общение, функции коммуникации, общение: коммуникация, интеракция, перцепция; информация, коммуникативное пространство, коммуникативное время.

##### **Тема 2. Типы, функции и стратегии коммуникации**

Методы теории коммуникации: общенаучные (моделирование, системно-структурный подход, сравнительно-исторический метод) и частнонаучные (контент-анализ, интен-анализ, дискурс-анализ, метод социометрии и др.) методы. Функции теории коммуникации: познавательная, методологическая, прогностическая, инструментальная. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли; современные концепции

коммуникации; коммуникационный процесс; генезис массовых коммуникаций; коммуникативные революции; истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций; рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, персонализма, экзистенциализма, символического интеракционизма; структурные модели коммуникации; основные элементы коммуникационного процесса; коммуникативные барьеры; классическая парадигма коммуникации, новая коммуникативная стратегия.; теория коммуникативной компетенции.

### **Тема 3. Коммуникационный процесс**

Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуцент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент). Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта. Ошибки идентификации (нерелевантность коммуникативного акта): неуместность (нарушение пространственных условий коммуникации – неуместность места), несвоевременность (нарушение временных условий коммуникации – неуместность во времени), дисбалансированность (нарушение баланса адресации – неуместность адресации), дезориентированность (неуместность информации) коммуникативного акта. Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию. Типичные коммуникативные стратегии адресата в а) неожиданных коммуникативных актах, б) ожидаемых коммуникативных актах. Аудитория, ее виды. Характеристики массовой и специализированной аудитории как приемника информации. Отбор информации для аудитории с учетом актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, профессиональной и иной ориентированности аудитории. Целевая аудитория. Понятие интеракции. Проблема понимания и множественности интерпретаций. Коммуникативный акт – минимальная единица взаимодействия субъектов коммуникации (диалогическое единство). Коммуникативная установка, коммуникативное намерение (интенция), коммуникативная цель. Коммуникативная стратегия и тактика, их составляющие.

Языковая личность: лингво-психологическая сущность. Модель языковой личности Ю.Н. Караулова: вербально-семантический (лексикон), когнитивный (тезаурус) и мотивационный (прагматикон) уровни. Национально-культурный, социальный и психологический факторы формирования языковой личности. «Портрет» языковой личности: лингво-психологические доминанты. Национальная языковая личность: русская языковая личность. Коммуникативная личность. Модель коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный уровни. Коммуникация и индивидуальные психологические особенности человека. Коммуникабельность, харизматичность, способность к кооперации в речевом поведении как индивидуальные параметры коммуникативной личности. Типы коммуникантов по способности к кооперации в речевом поведении: конфликтный, централизованный, кооперативный. Коммуникативные стили. Языковая и коммуникативная компетенции. Языковые и коммуникативные качества речи как одно из условий оптимального взаимодействия: целесообразность, богатство речи, правильность, точность, чистота, логичность, выразительность, красота, уместность. «Идеальный» коммуникатор: к вопросу о национальном риторическом идеале.

### **Тема 4. Социальная коммуникация**

Толкование понятия «социальная коммуникация». Социальная коммуникация и индивидуально – психологические особенности личности. Социальная коммуникация как общественный продукт. Типология и структура социальной коммуникации. Реализация

социальной коммуникации в межличностном общении. Субъекты социальной коммуникации. Значение социальной коммуникации для всестороннего развития молодежи.

## **Модуль 2. Частная теория коммуникации**

### **Тема 5. Речевая коммуникация**

Вербальные и невербальные коммуникации; вертикальные и горизонтальные коммуникации; офисные коммуникации; конфликтные и протестные коммуникации; уличные коммуникации, формы речевой коммуникации, устно-речевая коммуникация, свойства и ситуативная обусловленность устно-речевой коммуникации ; виды устно-речевой коммуникации; умение говорить; умение слушать; обратная связь в говорении и слушании; применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации; письменно-речевая коммуникация, свойства, виды и функции, навыки и умения письма и чтения, речевое воздействие письменной информации, типы фиксации письменно-речевых произведений, реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации.

### **Тема 6. Семиотика коммуникации**

Знаковая природа информации. Предмет семиотики. Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоники). Гомогенные и синкретические знаковые системы.

Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.

### **Тема 7. Имиджевая коммуникация**

Позиционирование. Имиджформирующая информация. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Габитарный имидж.

### **Тема 8. Межличностная коммуникация**

*Межличностная коммуникация*, речевое и неречевое поведение, чувства и эмоции в межличностном общении. Основные понятия межличностной коммуникации. Межличностное пространство. Коммуникативные типы людей. Коммуникация по Э.Берну. Аксиомы межличностной коммуникации.

### **Тема 9. Межкультурная коммуникация**

*Межкультурная коммуникация*, зависимость коммуникации от культурного контекста, национально-культурный компонент в структурах коммуникации: информации, кодах,

каналах, субъектах, коммуникативно-психологические конфигурации культур: низкоконтекстные/высококонтекстные, экспрессивные/репрессивные, контактные/неконтактные культуры, стили вербального и невербального общения в различных культурах, межкультурная компетенция, критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации; внешние и внутренние коммуникации; непосредственные (прямые); опосредованные коммуникации; активные и пассивные коммуникации; случайные и организованные коммуникации. Концепт и культурная коннотация в межкультурной коммуникации. Специфика развития межкультурной коммуникации в России. Модель межкультурной коммуникации. Культурные коды. Культурно – национальные символы. Стереотипы в межкультурном общении.

### **Модуль 3. Прикладная коммуникация**

#### **Тема 10. Массовая коммуникация**

Функции массовой коммуникации. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Средства коммуникации. Несловесные, письменные, персональные, групповые, устные средства коммуникации. Пресса. Радио. Телевидение. Интернет.

#### **Тема 11. Рекламная коммуникация**

Тенденции изучения рекламных текстов в ключе общих проблем коммуникации. Научные аспекты изучения рекламной коммуникации и их отражение в рекламных текстах. Речевые стратегии и тактики. Воздействие рекламного текста. Коммуникативные возможности речевых тактик в рекламных текстах. Мотивы и интенции современной рекламы.

#### **Тема 12. Коммуникация в организациях**

Коммуникации в педагогическом общении, коммуникация в организациях; коммуникация как функция управления организацией; особенности внутренних коммуникаций в организации; виды коммуникаций в организациях; формы деловой коммуникации в организации; особенности маркетинговых коммуникаций; политическая коммуникация; понятие политической коммуникации; структура, средства и модели политической коммуникации; электоральная политическая коммуникация; политическая коммуникация в информационном обществе; публичная коммуникация, ее формы, жанры публичной коммуникации, устная публичная учебная коммуникация; устная деловая публичная коммуникация; устная публицистическая коммуникация.

#### **Тема 13. Групповая коммуникация**

Что такое «социальная группа». «Первичная»(Малая) группа. Семья как «Первичная»(Малая) группа. Специфика коммуникации в семье. Вторичная группа. Специфика коммуникации во вторичной группе. Каналы коммуникации во вторичной группе.



#### **4.3 Занятия лекционного типа**

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций и иных учебных занятий, предусматривающих преимущественную передачу учебной информации научно-педагогическими работниками академии.

По дисциплине «Основы теории коммуникации» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций.

#### **4.4 Занятия семинарского типа**

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия семинарского типа проводятся в форме: семинаров, практических занятий, практикумов, лабораторные работы, коллоквиумов.

По дисциплине «Основы теории коммуникации» занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий

*Практическое занятие* — это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических, прикладных целях. Особое внимание на практических занятиях уделяется выработке учебных или профессиональных навыков. Такие навыки формируются в процессе выполнения конкретных заданий — упражнений, задач и т. п. — под руководством и контролем преподавателя.

### **Содержание практических и семинарских занятий**

#### **Модуль 1. Основная теория коммуникации**

##### **Тема 1. Понятийный аппарат теории коммуникаций**

###### **Вопросы для подготовки:**

1. Чем вызван рост научного интереса к проблеме коммуникации?
2. Раскройте понятие «коммуникация». В чём многообразие подходов к определению понятия «коммуникация»?
3. Какие научные дисциплины исследуют проблемы коммуникации?
4. Как соотносятся теория коммуникации и другие коммуникативные дисциплины?
5. Определите объект и предмет теории коммуникации.
6. Перечислите основные направления теории коммуникации.
7. Почему теория коммуникации является междисциплинарной отраслью знаний?
8. Почему модель К.Шеннона считается линейной?
9. В чём особенности модели Г.Лассвелла?
10. Какие ещё модели коммуникации можно выделить?

## **Тема 2. Типы, функции и стратегии коммуникации**

### **Вопросы для подготовки:**

1. Какие типы коммуникации выделяют в теории коммуникации?
2. Охарактеризуйте основные законы теории коммуникации?
3. Перечислите важнейшие функции теории коммуникации.
4. В чём особенности проявления видов коммуникации, выделяемых А.П.Панфиловой?
5. Как соотносятся понятия «коммуникация» и «общение»?
6. Охарактеризуйте мифологическую коммуникацию.
7. Раскройте понятие «перформанская» коммуникация».
8. Охарактеризуйте этапы развития коммуникации.
9. Почему этапы развития коммуникации считаются революционными?

## **Тема 3. Коммуникационный процесс**

### **Вопросы для подготовки:**

1. Опишите структуру коммуникационного процесса / действия.
2. Раскройте соотношение понятия коммуникативного акта и понятия общения.
3. Охарактеризуйте понятие коммуникативного пространства.
4. Назовите основные формы коммуникативного процесса.
5. Каковы качества индивида, обуславливающие участие коммуникации?
6. Определите информативность и информирование в общении, их сущность.
7. Каковы основные направления коммуникации в личностном аспекте?
8. Охарактеризуйте виды коммуникации в зависимости от масштаба и охвата аудитории.
9. Как выделяются коммуникативно-семиотические группы участников общения?
10. Каково соотношение невербальных и вербальных средств общения?
11. Какова природа коммуникативной коммуникации?
12. Охарактеризуйте средства массовой коммуникации и их роль.

## **Тема 4. Социальная коммуникация**

### **Вопросы для подготовки:**

1. Как вы понимаете понятие «социальная коммуникация»?
2. Что вам известно о структуре социальной коммуникации?
3. В каких случаях наблюдаются нарушения социальной коммуникации?
4. Что способствует оптимальному прохождению социальной коммуникации?
5. Что вам известно о психологическом аспекте социальной коммуникации?
6. Как проявляет себя социальная коммуникация в психологической сфере?
7. Какое влияние оказывает Интернет на развитие массовой коммуникации?
8. Что вам известно об использовании СМИ в целях социальной коммуникации?
9. Что вы можете рассказать о роли коммуникатора в социальной коммуникации?
10. Как социальная коммуникация помогает решению проблем современной молодежи?

## **Модуль 2. Частная теория коммуникации**

### **Тема 5. Речевая коммуникация**

#### **Вопросы для подготовки:**

1. Каково соотношение между понятиями «речевая коммуникация» и «речевая деятельность»?
2. Каким образом соотносятся между собой восприятие речи и её понимание?
3. От чего зависит качество понимания сообщения?
4. Каковы основные виды речевой деятельности?
5. Можно ли назвать невербальную коммуникацию речевой?
6. Каково соотношение между понятиями «язык» и «речь»?
7. Как связаны между собой речь и мышление?
8. Что такое внутренняя и внешняя речь?
9. Каковы две основные формы речевой коммуникации?
10. По каким основаниям можно классифицировать типы речевой коммуникации?
11. Каковы основные компоненты модели речевой коммуникации?
12. Каковы основные задачи, которые решает человек в процессе речевой коммуникации?
13. Что такое чтение как вид речевой деятельности?
14. Какие факторы влияют на эффективность чтения?
15. Каковы основные показатели уровня владения навыками чтения?
16. Каковы основные недостатки традиционного способа чтения и в чём их причины?
17. На основании каких признаков выделяются способы чтения?
18. Почему рекомендуется фиксировать прочитанную информацию в письменном виде?
19. В чём состоит культура чтения?
20. Какова сущность слушания как вида речевой деятельности?
21. В чём состоят недостатки традиционного слушания?
22. Какие факторы влияют на эффективность слушания?
23. Каковы основные умения, повышающие эффективность слушания?
24. Охарактеризуйте основные типы слушателей.
25. Каковы уровни умения слушать собеседника?
26. Перечислите механизмы эффективного слушания.
27. Что такое письмо как вид речевой деятельности?
28. Каковы факторы, которые необходимо учитывать при создании текста?
29. Каковы стадии создания письменного текста?
30. Перечислите приёмы, которые используются на предтекстовой стадии.
31. Из каких этапов складывается последовательность работы над первичным текстом?
32. Каковы общие методы организации текста?
33. Каковы критерии оценки качества написанного?
34. Что такое говорение (устная речь) как вид речевой деятельности?
35. Каковы основные виды речей (монологов)?
36. Каковы навыки и умение хорошего оратора?
37. Из чего складывается подготовка к выступлению?
38. Какие речевые приёмы используются во вступлении, основной части и заключении выступления?
39. Каковы требования к исполнению речи?
40. Почему необходима тренировка в произнесении речи?

## **Тема 6. Семиотика коммуникации**

### **Вопросы для подготовки:**

1. Раскройте значение термина *семиотика*. Приведите примеры одноуровневых и многоуровневых семиотик.

2. Дайте толкование понятиям *знак, сигнификат, десигнат*?
3. Как понимается двухсторонняя сущность знака?
4. Каково строение знака по графической формуле?
5. Прокомментируйте свойства знаков.
6. Каковы функции знаков и знаковых систем?
7. В чём разница между значениями и значимости знака?
8. Укажите основные признаки знаков-икон, знаков-индексов.
9. Назовите особенности и свойства знака-символа.
10. Приведите примеры невербальных визуальных знаков.
11. По каким сенсорным модальностям определяются невербальные невидимые знаки?
12. Какими способами лингвистические знаки организуются в коды?

## **Тема 7. Имиджевая коммуникация**

### **Вопросы для подготовки:**

1. Какой имидж считается эффективным?
2. Какие функции имиджа выполняет в социуме?
3. Каковы особенности восприятия «образа»?
4. Каковы характеристики социальной роли субъекта имиджа?
5. Что такое «гендерная роль»?
6. Какую имиджформирующую информацию называют прямой?
7. Какую имиджформирующую информацию называют косвенной?
8. Как коммуникативный вид партнёра по общению влияет на процесс коммуникации?
9. В чём значение невербальных сигналов?
10. Какие факторы следует учитывать при выборе одежды?

## **Тема 8. Межличностная коммуникация**

### **Вопросы для подготовки:**

1. Дайте определение понятию «межличностная коммуникация».
2. Каковы особенности межличностной коммуникации?
3. Что подразумевается под коммуникативным пространством?
4. Каковы особенности пространственных зон?
5. Как проявляются в общении гендерные особенности?
6. Как тестируется размещение участников коммуникации за прямоугольным столом?
7. Что понимается под территорией при общении за прямоугольным столом?
8. Какие выделяют в процессе коммуникации типы людей?
9. В чём особенности коммуникации по Э.Берну?
10. Что лежит в основе различия коммуникативных стилей поведения людей?
11. Перечислите аксиомы межличностной коммуникации, сформулированные П.Вацлавиком.

## **Тема 9. Межкультурная коммуникация**

### **Вопросы для подготовки:**

1. Почему одни и те же значения оформляются в разных языках по-разному, на различной образной основе?

2. Возможна ли адекватная расшифровка сообщения без учёта культурно-национального контекста общения?
3. Существуют ли различия в понимании концепта «друг» в американской и русской лингвокультурах?
4. Приведите примеры подарочных конфликтов, имевших место в ситуации межкультурного взаимодействия.
5. Проанализируйте культурно-национальную специфику цветовой символики (страна – по выбору). Работу представьте в виде презентации.
6. Сопоставьте эталонные сравнения с компонентом зоонимом (лиса, медведь, баран) в русском и английском языках.
7. Прокомментируйте проблемы межкультурной коммуникации в контексте взаимодействия России и Финляндии.
8. Со ссылкой на СМИ приведите примеры неудач в межкультурном общении, причиной которых являлись этнические стереотипы.
10. Расскажите о деятельности Российской коммуникативной ассоциации (РКА).

### **Модуль 3. Прикладная коммуникация**

#### **Тема 10. Массовая коммуникация**

##### **Вопросы для подготовки:**

1. Почему массовая коммуникация определяется как разновидность общения?
2. Каковы отличия российских СМИ от советских?
3. Каковы тенденции в мировой журналистике?
4. Что включает в себя система радиовещания?
5. Как функционирует эфирное телевидение?
6. Почему сотовое телевидение наиболее эффективно работает в городе?
7. Какие технологии мотивировали развитие кабельного телевидения?
8. Какие спутниковые системы обеспечивают работу спутникового телевидения?
9. Какие факторы характеризуют изображение цифрового телевидения?
10. Какие технологии лежат в основе глобальной сети Интернет?

#### **Тема 11. Рекламная коммуникация**

##### **Вопросы для подготовки:**

1. Дайте определение рекламной коммуникации.
2. Назовите сходные черты рекламной и массовой коммуникации.
3. В каких направлениях сегодня изучается рекламная коммуникация?
4. Назовите отличительные черты современной рекламной коммуникации.
5. Для чего используются коммуникативные стратегии и тактики в рекламных текстах?
6. Приведите примеры использования коммуникативных стратегий и речевых тактик в рекламных текстах.
7. Какие мотивы и интенции закладываются рекламодателям в рекламные тексты?
8. Чем характеризуется реклама сферы туризма? Каковы её коммуникативные особенности?
9. Перечислите языковые особенности рекламы сферы туризма?
10. Приведите примеры коммуникативных приёмов рекламы сферы туризма.

#### **Тема 12. Коммуникация в организациях**

##### **Вопросы для подготовки:**

1. Каковы основные особенности официально-делового стиля?
2. Дайте понятие реквизита. Что представляет собой формуляр-образец документа?
3. Объясните значение следующих реквизитов: виза-подпись, адресант-адресат, гриф утверждения-гриф согласования.
4. Какова функция реквизита «Революция»?
5. Дайте понятие служебного письма. Какие служебные письма требуют ответа?
6. В чём заключаются отличительные особенности сопроводительного письма, гарантийного и письма-претензии?
7. Какие из административных актов составляют комиссии? Кто их назначает и на какой срок?
8. Какие документы относятся распорядительным?
9. В чём отличия структуры текстов приказов по основной деятельности от приказов личному составу сотрудников?
10. Каковы основные этапы подготовки совещаний?
11. Из каких разделов состоит текст протокола?
12. Дайте понятие регламента совещания?
13. В чём необходимость соблюдения кворума?
14. Объясните основные отличия деловой беседы от деловых переговоров?
15. Какова структура деловых переговоров?
16. Что представляет собой речевая тактика?
17. Перечислите основные пункты договора. На уровне кого он заключается?

### **Тема 13. Групповая коммуникация**

#### **Вопросы для подготовки:**

1. Что называется группой?
2. Какие бывают группы?
3. Кому принадлежит первое определение группы?
4. Какую малую группу называют формальной? (Приведите примеры.)
5. Чем определяется сплочённость в группе?
6. Могут ли в рамках неформальной группы складываться формальные? А наоборот?
7. Какую малую группу называют неформальной? (Приведите примеры.)
8. Чем отличается статус человека в группе?
9. Кто выделил коммуникацию в качестве предмета социологического изучения?
10. Возможен ли переход из одной группы в другую?
11. Что является каналами социальной циркуляции?
12. Что мы называем каналами коммуникаций?
13. Что такое групповые нормы?
14. Какие группы называем референтными?
15. Какие группы называем внутренними?
16. Какие группы называем внешними?

#### **Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся на аудиторных практических (семинарских) занятиях**

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы вначале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

**Критерии оценки:**

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется растянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

**Вопросы для коллоквиума  
по дисциплине «Основы теории коммуникации»**

Коллоквиум - вид учебно-теоретических занятий, представляющий собой групповое обсуждение под руководством преподавателя достаточно широкого круга проблем. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Основные составляющие социальной коммуникации.
3. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
4. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
5. Коммуникативные революции.
6. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
7. Классическая парадигма коммуникации.
8. Новая коммуникативная стратегия.
9. Теория коммуникативной компетенции.
10. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
11. Коммуникативное пространство и его виды.
12. Что такое социальный коммуникативный акт?

13. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
14. Виды коммуникации.
15. Функции массовой коммуникации.
16. Средства коммуникации.
17. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
18. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
19. Сущность и функции межличностной коммуникации.
20. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
21. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
22. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.
23. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
24. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.
25. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.
26. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
27. Аргументация в коммуникативном процессе.
28. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
29. Целевая аудитория и ключевые сообщения.
30. Личность в системе коммуникации.
31. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни.
32. Коммуникатор и социологические способы его освоения.
33. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.
34. Границы коммуникативной сферы.
35. Распространение информации в реальной человеческой среде.
36. Коды в процессе общения.
37. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.
38. Мотивированность действий коммуникантов.
39. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.
40. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.
41. Коммуникативные модели воздействия.
42. Аудитория как адресат коммуникации.
43. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.
44. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические.

#### **4.5 Курсовой проект (курсовая работа)**

В рамках освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» выполнение курсовых работ не предусмотрено рабочим учебным планом академии.



#### 4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

Самостоятельная работа обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет большое значение в формировании профессиональных компетенций будущего бакалавра. Самостоятельная работа — одна из важнейших форм овладения знаниями. Но самостоятельная работа требует известных навыков, умения. Наибольшую пользу она приносит тогда, когда обучающийся занимается систематически, проявляет трудолюбие и упорство. На основе самостоятельно приобретенных знаний формируются твердые убеждения обучающегося и умение отстаивать их. А это — самое главное в овладении любой наукой.

Самостоятельная работа включает многие виды активной умственной деятельности обучающегося: слушание лекций и осмысленное их конспектирование, глубокое освоение источников и литературы, консультации у преподавателя, написание реферата, подготовка к семинарским занятиям, экзаменам, самоконтроль приобретаемых знаний и т.д. Форма текущего контроля знаний — работа обучающегося на семинарском занятии. Форма промежуточных аттестаций — письменная (домашняя) работа по проблемам изучаемой дисциплины. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине — экзамен.

Самостоятельная работа по дисциплине «Основы теории коммуникации» представляет собой способ организации контроля знаний, предполагающий выполнение заданий в присутствии преподавателя с минимальными ограничениями на время выполнения и использование вспомогательных материалов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета; для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; освоение карт и других материалов; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, контент-анализ и др.).

Самостоятельная работа обучающихся в компьютерном классе включает следующие организационные формы учебной деятельности: работа с электронным учебником, просмотр видеолекций, работа с компьютерными тренажерами, компьютерное тестирование, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий, выполнение курсовых работ по дисциплине.

Примерные формы выполнения самостоятельной работы: подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка рефератов, докладов; составление библиографии, тематических кроссвордов; тестирование и др.; выполнение чертежей, схем и т.д., разработка и выполнение индивидуального проекта.

#### Перечень практических заданий для самостоятельной работы

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
4. Коммуникативные революции.
5. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
6. Классическая парадигма коммуникации.
7. Новая коммуникативная стратегия.
8. Теория коммуникативной компетенции.
9. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
10. Коммуникативное пространство и его виды.
11. Что такое социальный коммуникативный акт?
12. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
13. Виды коммуникации.
14. Функции массовой коммуникации.
15. Средства коммуникации.
16. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
17. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
18. Сущность и функции межличностной коммуникации.
19. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
20. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
21. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.
22. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
23. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.
24. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.
25. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
26. Аргументация в коммуникативном процессе.
27. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
28. Целевая аудитория и ключевые сообщения.
29. Личность в системе коммуникации.
30. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни.
31. Коммуникатор и социологические способы его освоения.
32. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.
33. Границы коммуникативной сферы.
34. Распространение информации в реальной человеческой среде.
35. Коды в процессе общения.
36. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.
37. Мотивированность действий коммуникантов.
38. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.

39. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.

40. Коммуникативные модели воздействия.

41. Аудитория как адресат коммуникации.

42. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.

43. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические.

Таблица 6 — Самостоятельное изучение разделов дисциплины по очной форме обучения

№	Вид работы	Вид контроля	ч./з.е
1	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	Контрольный опрос (устный, письменный). Индивидуальное собеседование	24/0,6
2	Практические задания.	Выполнение тестовых заданий Решение ситуационных задач Использование кейс-метода	20/0,6
	Итого:		44/1,2

Таблица 7 — Самостоятельное изучение разделов дисциплины по заочной форме обучения

№	Вид работы	Вид контроля	ч./з.е
1	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	Контрольная домашняя работа. Индивидуальное собеседование	85/2,4
2	Практические задания.	Выполнение тестовых заданий Решение ситуационных задач Использование кейс-метода	36/1
	Итого:		121/3,4

## 5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (тренингов, деловых игр, разбор конкретных ситуаций и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

При проведении занятий используются традиционные образовательные технологии, предполагающие прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность обучающихся носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер. К ним относятся следующие.

**Информационная лекция** – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

**Семинар** – эвристическая беседа преподавателя и обучающихся, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

**Практическое занятие** – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

Используются технологии проблемного обучения: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума и технологии проблемного обучения.

Используются **технологии проблемного обучения**: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума и технологии проблемного обучения.

Используются **технологии проектного обучения**– организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы обучающихся, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексию.

Таблица 8 - Образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы, применяемые для освоения дисциплины «Основы теории коммуникации»

№ раздела, темы	Раздел дисциплины, темы*	Виды работ		Компетенции	Конкретизация компетенций (знания, умения, навыки)
		аудиторная	СРС		
1	Модуль 1 Основная теория коммуникации	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-5 ПК-6 ПК-12	<b>Знать:</b> виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; основные подходы и концепции современной коммуникативистики; особенности процессов коммуникации в обществе.  <b>Уметь:</b> применять полученные знания в области теории коммуникации в научно-исследовательской и других видах деятельности.

					<p><b>Владеть:</b> методами коммуникации в кросс-культурном пространстве; основными методами и приёмами исследовательской и практической работы в области устной и письменной коммуникации.</p>
2	Модуль 2 Частная теория коммуникации	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-5 ПК-6 ПК-12	<p><b>Знать:</b> виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; основные подходы и концепции современной коммуникативистики; особенности процессов коммуникации в обществе.</p> <p><b>Уметь:</b> применять полученные знания в области теории коммуникации в научно-исследовательской и других видах деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> методами коммуникации в кросс-культурном пространстве; основными методами и приёмами исследовательской и практической работы в области устной и письменной коммуникации.</p>
3	Модуль 3 Прикладная коммуникация	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по	ОК-5 ПК-6 ПК-12	<p><b>Знать:</b> виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; основные подходы и концепции современной коммуникативистики; особенности процессов коммуникации в обществе.</p>

			электронным и учебно-методическим пособиям		<p><b>Уметь:</b> применять полученные знания в области теории коммуникации в научно-исследовательской и других видах деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> методами коммуникации в кросс-культурном пространстве; основными методами и приёмами исследовательской и практической работы в области устной и письменной коммуникации.</p>
--	--	--	--	--	--

Таблица 9 — Оценка уровня сформированности компетенций в процессе освоения программы дисциплины «Основы теории коммуникации»

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания компетенций</i>	<i>Шкала оценивания</i>
ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия		
<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систему современного русского и иностранного языков; нормы словоупотребления; нормы русской грамматики и грамматики иностранного языка; орфографические нормы современного русского языка и изучаемого иностранного языка; нормы пунктуации и их возможную вариантность;</li> <li>- литературный язык как особую высшую, обработанную форму общенародного (национального) языка:</li> <li>- специфику различных функционально-смысловых типов речи (описание, повествование, рассуждение), разнообразные языковые средства для обеспечения</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систему современного русского и иностранного языков; нормы словоупотребления; нормы русской грамматики и грамматики иностранного языка; орфографические нормы современного русского языка и изучаемого иностранного языка; нормы пунктуации и их возможную вариантность;</li> <li>- литературный язык как особую высшую, обработанную форму общенародного (национального) языка:</li> <li>- плохо знает специфику различных функционально-смысловых типов речи (описание, повествование, рассуждение), разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые</li> </ul>	<p><b>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</b></p>

<p>логической связности письменного и устного текста.</p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет;</li> <li>- свободно общаться и читать оригинальную монографическую и периодическую литературу на иностранном языке по профессиональной тематике и статьи из газет и журналов, издаваемых на иностранных языках и в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности</li> <li>- культурой речи;</li> <li>- иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов.</li> </ul>	<p>произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- плохо умеет свободно общаться и читать оригинальную монографическую и периодическую литературу на иностранном языке по профессиональной тематике и статьи из газет и журналов, издаваемых на иностранных языках и в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- плохо владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности</li> <li>- культурой речи;</li> <li>- иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов.</li> </ul>	
<p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности</li> <li>- культурой речи;</li> <li>- иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов.</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систему современного русского и иностранного языков; нормы словоупотребления; нормы русской грамматики и грамматики иностранного языка; орфографические нормы современного русского языка и изучаемого иностранного языка; нормы пунктуации и их возможную вариантность;</li> <li>- литературный язык как особую высшую, обработанную форму общенародного (национального) языка:</li> <li>- недостаточно хорошо знает специфику различных функционально-смысловых типов речи (описание, повествование, рассуждение), разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров</li> </ul>	<p><b>Средний уровень (хорошо)</b></p>

	<p>с учетом целей, задач, условий общения, включая научное и деловое общение в среде Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- свободно общаться и читать оригинальную монографическую и периодическую литературу на иностранном языке по профессиональной тематике и статьи из газет и журналов, издаваемых на иностранных языках и в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- недостаточно хорошо владеет различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности</li> <li>- культурой речи;</li> <li>- иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов.</li> </ul>	
	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систему современного русского и иностранного языков; нормы словоупотребления; нормы русской грамматики и грамматики иностранного языка; орфографические нормы современного русского языка и изучаемого иностранного языка; нормы пунктуации и их возможную вариантность;</li> <li>- литературный язык как особую высшую, обработанную форму общенародного (национального) языка:</li> <li>- специфику различных функционально-смысловых типов речи (описание, повествование, рассуждение), разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать устные и письменные, монологические и диалогические речевые произведения научных и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения,</li> </ul>	<p><b>Высокий уровень (отлично)</b></p>



	<p>включая научное и деловое общение в среде Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- свободно общаться и читать оригинальную монографическую и периодическую литературу на иностранном языке по профессиональной тематике и статьи из газет и журналов, издаваемых на иностранных языках и в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности</li> <li>- культурой речи;</li> <li>- иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов.</li> </ul>	
<p><b>ПК-6 – способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</b></p>		
<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы;</li> <li>- технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами,</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы;</li> <li>- технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</li> <li>- предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения.виды и</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Низкий (пороговый) уровень (удовлетвори тельно)</b></p>

<p>средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения. виды и формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса;</li> <li>- концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR- кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование ПР-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей;</li> <li>- ориентироваться в</li> </ul>	<p>формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- плохо знает концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR- кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование ПР-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей;</li> <li>- плохо умеет ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;</li> <li>- быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно</li> </ul>	
---	--	--

<p>сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;</p> <p>- быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно рассуждать, и убеждать других;</p> <p>- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и</p>	<p>рассуждать, и убеждать других;</p> <p>- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере.</p> <p><b>владеть:</b></p> <p>- основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуаций;</p> <p>- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;</p> <p>- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности;</p> <p>- плохо владеет методологией анализа интегрированных коммуникаций в</p>	
---	---	--

<p>PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере.</p> <p><b>владеть:</b>  - основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуаций;</p>	<p>рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR-деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами; навыками подготовки технического задания, креативного брифа, брифа на разработку интегрированной коммуникационной кампании; базовыми навыками медиапланирования</p>	
<p>различных коммуникативных ситуаций;</p> <p>- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;</p> <p>- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности;</p> <p>- методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR-</p>	<p><b>знать:</b>  - основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль PR-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы;</p> <p>- технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</p> <p>- предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения. виды и формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса;</p> <p>- недостаточно хорошо знает концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в</p>	<p><b>Средний уровень (хорошо)</b></p>

<p>деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами; навыками подготовки технического задания, креативного брифа, брифа на разработку интегрированной коммуникационной кампании; базовыми навыками медиапланирования.</p>	<p>рекламных и PR- кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании.</p> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование ПР-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей;</li> <li>- ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;</li> <li>- недостаточно быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно рассуждать, и убеждать других;</li> <li>- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в</li> </ul>	
--	--	--

	<p>сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере.</p> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуации;</li> <li>- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;</li> <li>- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности;</li> <li>- недостаточно хорошо владеет методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR- деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR- кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами; навыками подготовки технического задания, креативного брифа, брифа на разработку интегрированной коммуникационной</li> </ul>	
--	---	--

	<p>кампании; базовыми навыками медиапланирования.</p>	
	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы;</li> <li>- технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне</li> <li>- предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения. виды и формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса;</li> <li>- концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR- кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Высокий уровень (отлично)</b></p>

	<p>медиапланирование PR-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;</li> <li>- быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно рассуждать, и убеждать других;</li> <li>- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными навыками, необходимыми</li> </ul>	
--	--	--



	<p>современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне;</li> <li>- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности;</li> <li>- методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR- деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR- кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами; навыками подготовки технического задания, креативного брифа, брифа на разработку интегрированной коммуникационной кампании; базовыми навыками медиапланирования.</li> </ul>	
<p>ПК-12-способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p>		
<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);</li> <li>- знать базовые технологии</li> </ul>	<p><b>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</b></p>

<p>- знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг);</p> <p>- знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн;</p> <p>- знание основных методов качественных и количественных социологических исследований;</p> <p>- знание технологии экспертного интервью;</p> <p>- важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности; - специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии.</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>- осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации;</p> <p>- организовывать социологические исследования;</p> <p>- готовить отчет;</p> <p>- осуществлять таймменеджмент;</p> <p>- свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной,</p>	<p>информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг);</p> <p>- знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн;</p> <p>- плохое знание основных методов качественных и количественных социологических исследований;</p> <p>- знание технологии экспертного интервью;</p> <p>- плохо знает важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности; - специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии.</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>- осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации;</p> <p>- организовывать социологические исследования;</p> <p>- готовить отчет;</p> <p>- осуществлять таймменеджмент;</p> <p>- не умеет свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения.</p> <p><b>владеть:</b></p> <p>- навыком работы с большими объемами информации;</p> <p>- навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов;</p> <p>- понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли;</p> <p>- владение методом конкурентного</p>	
---	---	--

<p>рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения.</p>	<p>анализа; - способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире.</p>	
<p><b>владеть:</b> - навыком работы с большими объемами информации; - навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов; - понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли; - владение методом конкурентного анализа; - способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире.</p>	<p><b>знать:</b> - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг); - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн; - знание основных методов качественных и количественных социологических исследований; - недостаточное знание технологии экспертного интервью; - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности; - специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии.</p> <p><b>уметь:</b> - недостаточно хорошо умеет осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации; - организовывать социологические исследования; - готовить отчет; - осуществлять таймменеджмент; - свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и</p>	<p style="text-align: center;"><b>Средний уровень (хорошо)</b></p>

	<p>деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения.</p> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыком работы с большими объемами информации;</li> <li>- навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов;</li> <li>- недостаточно хорошо понимает принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли;</li> <li>- владение методом конкурентного анализа в недостаточной степени;</li> <li>- способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире.</li> </ul>	
	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);</li> <li>- знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг);</li> <li>- знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн;</li> <li>- знание основных методов качественных и количественных социологических исследований;</li> <li>- знание технологии экспертного интервью;</li> <li>- важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности; - специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии.</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p>	<p><b>Высокий уровень (отлично)</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации;</li> <li>- организовывать социологические исследования;</li> <li>- готовить отчет;</li> <li>- осуществлять таймменеджмент;</li> <li>- свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения.</li> </ul> <p><b>владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыком работы с большими объемами информации;</li> <li>- навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов;</li> <li>- понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли;</li> <li>- владение методом конкурентного анализа;</li> <li>- способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире.</li> </ul>	
--	---	--

### 5.1 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Организация образовательного процесса дисциплины «Основы теории коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предполагает активное и нелинейное взаимодействие педагога и обучающихся в решении учебных задач, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. На занятиях-лекциях используются следующие формы интерактивных технологий: лекция-беседа, лекция-дискуссия, проблемная лекция, коллективное обсуждение, мозговой штурм и т.д.

В учебный процесс дисциплины «Основы теории коммуникации» включаются также формы информационно-коммуникационных образовательных технологий – организация

образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных продуктов и технических средств работы с информацией.

Примеры форм учебных занятий с использованием информационно-коммуникационных технологий:

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

Практические занятия в форме презентации – представление исследовательской деятельности с использованием специализированных программных средств.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет не менее 20% аудиторных занятий.

Таблица 10- Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) по дисциплине «Основы теории коммуникации» на очной форме обучения

Семестр	Вид занятия (Л, ПР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
1	ПР	Практическое занятие в форме дискуссии	2
	ПР	Практическое занятие-коллоквиум	2
	ПР	Практическое занятие в форме дискуссии	2
	ПР	Практическое занятие в форме круглого стола	2
	ПР	Практическое занятие с использованием публичных докладов-презентаций	2
	ПР	Практическое занятие-коллоквиум	2
	ПР	Практическое занятие в форме дискуссии	2
	ПР	Практическое занятие в форме дискуссии	2
Итого:			16

Таблица 11 - Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) по дисциплине «Основы теории коммуникации» на заочной форме обучения

Курс	Вид занятия (Л, ПР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
------	---------------------	---	------------------

1	ПР	Практическое занятие в форме дискуссии	2
	ПР	Практическое занятие-коллоквиум	2
	Итого:		4

### **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Для организации контроля знаний обучающихся используется комплект оценочных средств, включающий в себя:

1. Практические аудиторные задания по темам дисциплины.
2. Практические самостоятельные задания по темам дисциплины.
3. Тестовые задания по темам дисциплины.

Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины могут являться устные опросы и собеседования и т.д.

Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в изучении материала, а с другой стороны – показать эффективность выбранных средств и методов обучения.

Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела текущего контроля. Ими могут являться коллоквиумы, анализ конкретных профессиональных ситуаций, мониторинг результатов семинарских и практических занятий и др. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация экзамен направлен на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. Фонд оценочных средств согласно установленного порядка прилагается. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, осваивающих дисциплину «Основы теории коммуникации».

#### **Перечень видов и форм контроля дисциплины:**

- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный);
- коллоквиум;
- выполнение тестового задания;
- реферат.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Оценочные средства по дисциплине размещены в электронной образовательной среде академии. Комплект оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной форме прилагается.

#### **Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Основы теории коммуникации»**

1. Основная теория коммуникации. Понятие, виды и процесс коммуникации
2. Предмет теории коммуникации
3. Классификации коммуникаций
4. Коммуникационный процесс

5. Основные модели коммуникации
6. Социальная коммуникация
7. Толкование понятия “социальная коммуникация”
8. Социальная коммуникация и индивидуально-психологические особенности личности
9. Социальная коммуникация как общественный продукт
10. Типология и структура социальной коммуникации
11. Реализация социальной коммуникации в межличностном общении
12. Субъекты социальной коммуникации
13. Значение социальной коммуникации для всестороннего развития молодежи
14. Речевая коммуникация
15. Речевая деятельность
16. Язык, речь, мышление
17. Формы и типы речевой коммуникации
18. Семиотика коммуникации
19. Семиотика смысловых коммуникаций
20. Классическая классификация знаков
21. Имиджевая коммуникация
22. Позиционирование
23. Имидж формирующая информация
24. Вербальный имидж
25. Невербальный имидж
26. Габитарный имидж
27. Основные понятия межличностной коммуникации
28. Межличностное пространство
29. Коммуникативные типы людей
30. Коммуникация по Э. Берну
31. Аксиомы межличностной коммуникации
32. Межкультурная коммуникация
33. История изучения взаимодействия языка и культуры
34. Появление и развитие межкультурной коммуникации
35. Специфика развития межкультурной коммуникации в России
36. Концепт и культурная коннотация в межкультурной коммуникации
34. Модель межкультурной коммуникации. культурные коды
35. Культурно-национальные символы. стереотипы в межкультурном общении
36. Массовые коммуникации
37. Рекламная коммуникация
38. Тенденции изучения рекламных текстов в ключе общих проблем коммуникации
39. Воздействие рекламного текста
40. Коммуникативные возможности речевых тактик в рекламных текстах
41. Мотивы и интенции современной рекламы
42. Особенности рекламной коммуникации
43. Коммуникация в организациях
44. Создание благоприятного взаимодействия в коллективе
45. Деловая коммуникация
46. Унификация текстов деловых(служебных) документов
47. Служебные письма
48. Административные акты
49. Деловая коммуникация в форме диалога
50. Деловые совещания и переговоры



## 7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Дисциплина «Основы теории коммуникации» обеспечивается необходимой учебной, учебно-методической и специализированной литературой.

### 7.1 Основная литература

1. Чамкин А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — М. : ИНФРА-М, 2017.— 350 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=854756>
2. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Я. Гойхман, Т.А. Апарина, Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский; Отв. ред. О.Я. Гойхман. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=253871>
3. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398446>
4. Козловская С.Н. Теория и практика социальных коммуникаций / Козловская С.Н., - 2-е изд., сокр. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016 – 98 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=548840>

### 7.2 Дополнительная литература

1. Папкина О.В. Деловые коммуникации: Учебник / О.В. Папкина. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с.  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=397223>
2. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация: Учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492125>
3. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учеб. пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 229 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).  
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=782841>
4. Кирия, И.В. История и теория медиа: учебник для вузов.- М.: Изд. Дом Высшая школа экономики, 2017.-423 с. (Печатная версия 1шт.)

### 7.3 Периодические издания

1. PR в России-<http://elibrary.ru>
2. PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект- <http://elibrary.ru>
3. НИР. Социально-гуманитарные исследования и технологии- <http://znanium.com/>
4. НИР. Современная коммуникативистика- <http://znanium.com/>
5. Инфокоммуникационные технологии- <http://elibrary.ru>
6. Инновационные, информационные и коммуникационные технологии-<http://elibrary.ru>
7. НИР. Социально-гуманитарные исследования и технологии- <http://znanium.com/>
8. Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики-  
<http://elibrary.ru>

#### **7.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. ИНИОН – <http://www.inion.ru>
2. Российская государственная библиотека – <http://www.rsl.ru>
3. Библиотека М. Мошкова – <http://www.lib.ru>
4. Московский научный общественный фонд – <http://www.mpst.org>
5. Национальная электронная библиотека - <http://nel.nns.ru>
6. Библиографическая поисковая система «Букинист» - <http://bukinist.agava.ru>
7. Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть – <http://www.libweb.ru>
8. Научная электронная библиотека- **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

#### **7.5 Методические указания к лабораторным занятиям**

В рамках освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» проведение лабораторных занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

#### **7.6 Методические указания и материалы по видам занятий**

Таблица 12 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Основы теории коммуникации»

Вид учебных занятий, работ	Организация деятельности обучающегося
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать 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, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

Домашние задания	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.
------------------	--

Учебный материал по дисциплине «Основы теории коммуникации» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых, предусматривается опрос и выполнение практических заданий. Все виды практических заданий оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Основы теории коммуникации» – базовый блок профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность.

Дисциплина «Основы теории коммуникации» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение конкретных задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы. Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии (семинаре). Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.

### 7.7 Методические указания к курсовой работе и другим видам самостоятельной работы

В системе обучения обучающихся заочной формы обучения большое значение отводится самостоятельной работе. Написанная контрольная работа должна показать их умение работать с историческими источниками и литературой, продемонстрировать навыки аналитического мышления, глубокое и всестороннее изучение темы, а также способность научно изложить полученные результаты.

При выполнении самостоятельной контрольной работы обучающимся необходимо:

Выбрать тему для написания контрольной работы (для удобства проверки контрольной работы преподавателем выбирается номер темы, соответствующий номеру зачетки обучающегося).

Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.

После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам контрольной работы: введению, основной части работы и заключению.

Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написана работа.

Основная часть работы должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании самой работы не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.

В заключении контрольной работы следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.

Контрольная работа должна содержать список использованных источников и литературы.

### **Требования к оформлению контрольной работы**

1. На титульном листе работы указывается тема контрольной работы, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и специальность, а также адрес обучающегося и его место трудоустройства.

2. Текст работы должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

3. Объем работы должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом Times New Roman Суг или Arial Суг, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

4. Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

5. Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика контрольных работ составляется на основе списка экзаменационных вопросов.

### **Тематика контрольных работ по дисциплине «Основы теории коммуникации»**

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
4. Коммуникативные революции.
5. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
6. Классическая парадигма коммуникации.
7. Новая коммуникативная стратегия.
8. Теория коммуникативной компетенции.
9. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
10. Коммуникативное пространство и его виды.
11. Что такое социальный коммуникативный акт?
12. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
13. Виды коммуникации.
14. Функции массовой коммуникации.
15. Средства коммуникации.
16. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
17. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
18. Сущность и функции межличностной коммуникации.
19. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
20. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
21. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.
22. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
23. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.
24. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.
25. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
26. Аргументация в коммуникативном процессе.
27. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
28. Целевая аудитория и ключевые сообщения.
29. Личность в системе коммуникации.
30. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни.
31. Коммуникатор и социологические способы его освоения.
32. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.
33. Границы коммуникативной сферы.
34. Распространение информации в реальной человеческой среде.
35. Коды в процессе общения.
36. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.
37. Мотивированность действий коммуникантов.
38. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.

39. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.

40. Коммуникативные модели воздействия.

41. Аудитория как адресат коммуникации.

42. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.

43. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические.

**Реферат** — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противоположного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

### **Методические рекомендации по написанию реферата**

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

1. Выбрать тему для написания реферата.

2. Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.

3. После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.

4. Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.

5. Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.

6. В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.

7. Реферат должен содержать список использованных источников.

### **Требования к оформлению реферата**

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом Times New Roman Cyr или Arial Cyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

### **Критерии оценки:**

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

### **Примерная тематика рефератов по дисциплине «Основы теории коммуникации»**

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
3. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
4. Коммуникативные революции.
5. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
6. Классическая парадигма коммуникации.
7. Новая коммуникативная стратегия.
8. Теория коммуникативной компетенции.
9. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
10. Коммуникативное пространство и его виды.
11. Что такое социальный коммуникативный акт?
12. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
13. Виды коммуникации.
14. Функции массовой коммуникации.
15. Средства коммуникации.
16. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
17. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
18. Сущность и функции межличностной коммуникации.
19. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
20. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
21. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.
22. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
23. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.
24. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.
25. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
26. Аргументация в коммуникативном процессе.
27. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
28. Целевая аудитория и ключевые сообщения.
29. Личность в системе коммуникации.



30. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни.

31. Коммуникатор и социологические способы его освоения.

32. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.

33. Границы коммуникативной сферы.

34. Распространение информации в реальной человеческой среде.

35. Коды в процессе общения.

36. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.

37. Мотивированность действий коммуникантов.

38. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.

39. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.

40. Коммуникативные модели воздействия.

41. Аудитория как адресат коммуникации.

42. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.

43. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические.

### 7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и программными продуктами. Содержание представлено в локальной сети вуза. Предполагается использование доступных Интернет-ресурсов через поисковые системы: Яндекс, Google.

Таблица 13 — Возможность доступа обучающихся к электронным ресурсам учебно-методических документов

№	Наименование электронного ресурса	Принадлежность	Ссылка на ресурс	Наименование организации-владельца, реквизиты договора на использование	Доступность
1	2	3	4	5	6
1	Web-ресурс «Электронная образовательная среда»	собственный	<a href="http://185.18.111.102/moodle/index.php">http://185.18.111.102/moodle/index.php</a>	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
2	Коллекция CD и DVD в фонде научной библиотеки Академии ИМСИТ	собственный	Компакт-диски (CD-ROM и DVD-ROM)	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	Полная коллекция - в электронном читальном зале научной библиотеки
3	«Электронно-	сторона	<a href="http://znanium">http://znanium</a>	ООО «Научно-	С любых

	библиотечная система ZNANIUM.COM»	сторонний	<a href="#">.com</a>	издательский центр «ИНФРА-М». Договор № 2500 эбс от - 25.09.2017 г. Срок действия - до 25.09.2018 г.	компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
4	ЭБС «Айбукс.ru/ibooks.ru»	сторонний	<a href="http://ibooks.ru/">http://ibooks.ru/</a>	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г. Срок действия - до 25.01.2019 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
5	Электронные Периодические издания	сторонний	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
6	Справочно-правовая база «Консультант Плюс»	сторонний	Локальная сеть Академии ИМСИТ	Консультант-Плюс в г. Краснодаре Договор о сотрудничестве № ИП-2 от 24.05.2007 г. действует по настоящее время	С компьютеров Академии
7	Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ»	собственный	<a href="http://imsit.ru">http://imsit.ru</a>	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
8	Учебно-методические компьютерные комплексы «Диполь» (12 МОДУЛЕЙ)	собственный	Локальная сеть академии PSS:\DIPOL\	Корпорация «Диполь» ЗАО, Договор №24/М от 31 марта 2015 года от поставке учебно-методических компьютерных комплексов	С компьютеров локальной сети академии

#### **8. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Специфика получаемой специализации предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;

- с нарушениями слуха;
- с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

#### **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер или ноутбук, оборудование мульти-медиа (проектор), доска). Мультимедиа-проектор необходим для демонстрации электронных презентаций по разделам дисциплины.

Перечень электронных ресурсов необходимых для изучения дисциплины представлен в таблице 11.

Таблица 11 - Перечень электронно-библиотечных систем

№	Наименование ресурса	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	ЭБС Znanium	ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г.	с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г.
2	Научная электронная библиотека eLibrary (ринц)	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	бессрочно
3	ЭБС IBooks	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г.	с 25.01.2018 по 25.01.2019 г.
4	ЭБС Book.ru	ООО «КноРус медиа». Договор №18491866 от 26 апреля 2018 г.	Срок действия до 26 апреля 2019 г.

Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине

Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты подтверждающего документа	
1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium	Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.
2. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт).	Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.
3. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice, Mozilla Firefox	

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по дисциплине представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Перечень средств материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
Аудитории для проведения занятий лекционного типа (Л)		
ауд. 404, 408, 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230, 232, 236, 237, 238	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Аудитории для проведения занятий семинарского типа (СТ), курсовых работ (курсовых проектов) (КР), групповых (ГКонс) и индивидуальных консультаций (ИКонс), текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА)		
, 236, 237, 238, 401, 402, 403, 406, 410, 412	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерный класс ауд. 114	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 20 компьютеров с выходом	1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от

	в интернет	<p>28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft SQL Server 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft SQL Server Management Studio 2017. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>10. CorelDRAW Graphics Suite X5 (15+1шт) Corel License Certificate № 4090614 от 15.03.2012.</p>
--	------------	---

		<p>11. Microsoft Office стандартный 2010 (20шт). Microsoft Open License №48587685 от 27.05.2011.</p> <p>12. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>13. Autodesk 3ds Max 2016. Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>14. Autodesk AutoCAD 2016 — Русский (Russian). Письмо от 19.06.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>15. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>16. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>17. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
<p>Компьютерный класс</p> <p>ауд. 114а</p>	<p>16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 16 компьютеров с выходом в интернет, проектор, проекционный экран, сетевая академия CISCO.</p>	<p>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка</p>

		<p>Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>9. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>10. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>11. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
Читальный зал	16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 17 компьютеров с выходом в интернет	<p>1. ОС – Windows XP Professional RUS. (Коробочная версия Vista Business Starter (17шт.) и Vista Business Russian Upgrade Academic Open (17шт) - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для</p>

		<p>обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Office 2007 Russian. Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007</p> <p>6. Microsoft Project профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visio профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visual Studio 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, StarUML V1.</p>
--	--	---