



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.04.03 Основы теории коммуникации

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

Институт: филологии

Кафедра: философии и социальных наук

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс		1,2	
Семестр/триместр		3,4,5,6	

Лекции		14	
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия		16	
Консультации			
Форма промежуточной аттестации		Зачет - 0,2 (3 триместр); Зачёт с оценкой - 0,2 (6 триместр)	
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа		185,6	

Всего часов: 216

Трудоемкость: 6 зачетных единиц.

Разработчик рабочей программы:

Доктор политических наук А.В. Скиперских

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины предполагает формирование у студентов представлений о теоретических основах коммуникации, развитии взглядов и оценок коммуникации в теоретическом дискурсе по мере движения исторического времени, структуры процесса коммуникации и её основных элементах.

Задачи изучения дисциплины:

- дать студентам знания теоретических основ и закономерностей развития и функционирования процесса коммуникации;
- сформировать представление об основных формах коммуникации;
- помочь студентам понять особенности коммуникации в современном мире и России, и установить её ключевых акторов;
- способствовать подготовке широко образованных, творческих и критически мыслящих специалистов, способных к анализу и прогнозированию сложных социальных проблем и представлению их в рекламном дискурсе.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках базовой (обязательной) части блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Код и наименование компетенции	индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать: - стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; - особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует;	Знание стратегий сотрудничества с членами коллектива в интересах достижения поставленной цели. Знание особенностей поведения различных социальных групп, с которыми приходится взаимодействовать в рамках интеллектуальных штудий.
	Уметь: - определять свою роль в команде; - устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.);	Умение представлять и реализовывать свою роль в команде. Умение выстраивать эффективную коммуникацию.

	- оценивать последствия личных действий и планировать последовательность шагов для достижения заданного результата;	
	Владеть: - навыками эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды.	Владение навыками эффективного взаимодействия с членами команды. Обеспечение эффективной коммуникации внутри команды.
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса;	Знание достижений мировой и отечественной культуры. Знание ключевых текстов мировой и художественной культуры.
	Уметь использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	Умение использовать достижения мировой и отечественной культуры в производстве авторских текстов в сфере PR.
	Владеть средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Владение языком и необходимой стилистикой в интересах создания эффективного текста.

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма обучения

не реализуется

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и разделов	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Раздел 1. Теоретический дискурс коммуникации.	71,8	4	4		63,8
2.	Тема 1. Коммуникация и общество. История. Формы. Акторы. Технологии. Коммуникация как процесс. Развитие.	37,8	2	2		33,8
3.	Тема 2. Теоретическая рамка коммуникации. Теории. Методы. Школы. Исследователи.	34	2	2		30
4.	Зачет	0,2				

5.	<i>Итого за 3 триместр</i>	72	4	4		63,8
6.	Раздел 2. Коммуникация в современной России.	72	6	6		60
7.	Тема 3. Российский кейс и его особенности. Размежевания и сходства. Коммуникация кризиса.	24	2	2		20
8.	Тема 4. Власть, бизнес и общество в процессе коммуникации. История взаимодействия. Надежды и разрушение иллюзий. Голодные и сытые. Правые и левые.	48	4	4		40
9.	<i>Итого за 4 триместр</i>	72	6	6		60
10.	Раздел 3. Методологические основы социальных наук. Методы и методики интеллектуальной рефлексии.	36	4	6		26
11.	Тема 5. Техники и технологии эффективной и неэффективной коммуникации: от локальных кейсов – к федеральным.	12	2	2		8
12.	Тема 6. Уровни коммуникации. Пространство коммуникации. Сюжеты русской культуры.	12	2	2		8
13.	Тема 7. Решение кейсов.	12		2		10
14.	<i>Итого за 5 триместр</i>	36	4	6		26
15.	Тема 8. Общество в русской культуре.	35,8				35,8
16.	Зачет с оценкой	0,2				
17.	<i>Итого за 6 триместр</i>	36				35,8
18.	ИТОГО	216	14	16		185,6

Заочная форма обучения

не реализуется

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме реферата.

Примерная тематика рефератов

1. Город и его жители. Что нужно горожанам?
2. Чёрный PR. Цель оправдывает средства?
3. Блистательный PR. Опыт одной кампании.
4. Городские мифы. Там, где я живу.
5. Пропаганда и политический режим. Есть ли пропаганда в демократиях?
6. Способы мышления и культура. Теоретические модели Г. Гачева.
7. История одного слогана.
8. Метафоры в слоганах: локальные контексты.
9. Никлас Луман как теоретик коммуникации.

10. Д. Белл и теория коммуникации.
11. Культурный капитал П. Бурдьё.
12. Потребности А. Маслоу и их структурирование на примере моего города.
13. Коммуникация и глобализация: смена «правил игры».
14. Восставшая масса и общественный стиль. Переосмысляя Х. Ортега-и-Гассета.
15. SMM и практики управления в моём регионе.
16. Интеграция ресурсов: опыт муниципальной кампании.
17. Интеграция ресурсов: муниципальная власть и проведение праздников.
18. Кино и коммуникация.
19. Тоталитарный режимы и кинематограф.
20. Парады и демонстрации как формы коммуникации.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета и зачета с оценкой с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к зачету и зачету с оценкой.

Перечень вопросов к зачёту (3 триместр, очно-заочная форма обучения)

1. Теории коммуникации: развитие представлений.
2. Теория дискурса и её представители.
3. Российские школы и теоретики дискурса.
4. Коммуникация и общество. Особенности коммуникации в различных типах обществ: традиционное, индустриальное, постиндустриальное.
5. Политическая коммуникация и её особенности.
6. Коммуникация и адресант.
7. Коммуникация и сообщение.
8. Коммуникация и аудитория.
9. Коммуникация и федеральные медиа.
10. Особенности коммуникации в провинции.
11. Мифы в российских СМИ.
12. Мифы в зарубежных СМИ.

Перечень вопросов к зачёту с оценкой (6 триместр, очно-заочная форма обучения)

1. Власть, бизнес и общество в процессе коммуникации.
2. Мифы и их герои: представление и коммуникация.
3. Коммуникация и пропаганда.
4. Коммуникация в условиях кризиса.
5. Коммуникация в PR.
6. Конфликты и коммуникация.

7. Эффектная презентация: алгоритмы построения.
8. Цвет и звук в коммуникации.
9. Коммуникация и общество. Особенности коммуникации с различными социальными группами.
10. Культурный контекст PR. Общество и его «секреты».
11. Культура и её формы в коммуникации.
12. Уровни коммуникации.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425190> (дата обращения: 01.09.2020).

4.2. Дополнительная литература

1. Павленок, П. Д. Социология : учебное пособие : [16+] / П. Д. Павленок, Л. И. Савинов, Г. Т. Журавлев. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 734 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573154> (дата обращения: 01.09.2020)

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://www.advertology.ru	Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. Статьи доступны всем посетителям и, по преимуществу, касаются практических вопросов.	Свободный доступ

2.	http://www.marketer.ru	Сайт «Маркетер» – подборка информационных и аналитических материалов по вопросам рекламы и маркетинга в Интернете. Содержит более 2 тысяч статей. Также на сайте функционируют форумы.	Свободный доступ
3.	https://www.sostav.ru	Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе и PR	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудитории, укомплектованной специализированной мебелью, в том числе стационарными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.