

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

подпись

«29»

мая

2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.Б.11.01 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в системе государственного и муниципального управления
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2015

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.11.01 Основы теории коммуникации составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

Р.В. Патюкова, проф., д-р филол. наук, доц.

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.11.01 Основы теории коммуникации утверждена на заседании кафедры издательского дела, рекламы и медиатехнологий

протокол № 9 «12» мая 2015 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Кравченко Н.П.

фамилия, инициалы

подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры издательского дела, рекламы и медиатехнологий протокол № 9 «12» мая 2015 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Кравченко Н.П.

фамилия, инициалы

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 09-15 «26» мая 2015 г.

Председатель УМК факультета Демина Л.И.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Г.А. Абрамова, доктор филол. наук, проф., и.о. зав. кафедры издательского дела и медиатехнологий ФГБОУ ВО «КубГУ»

С.Г. Казарина, доктор филол. наук, проф. кафедры философии, культуроведения и соц. коммуникаций КГУФКСТ

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1. Цель дисциплины – целью данного курса является ознакомление с историей возникновения и развития различных теорий массовой коммуникации как видом деятельности и социальным процессом, а также современными теориями коммуникаций. Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Основы теории коммуникации» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

1.2. Задачи дисциплины: состоят в ознакомлении с историческими вехами возникновения и развития коммуникации, теорий информации и коммуникации с целью выделения из общей теории массовой коммуникации узловых моментов, дающих представление специалистам по связям с общественностью о процессах коммуникации, участниками которых им предстоит быть и которые им придется формировать. Важной задачей также является изучение типов, видов, функций коммуникаций, форм, моделей и структурных компонентов коммуникации. Знание содержания коммуникации, семиотика языка и другие базовые знания позволят студентам более успешно освоить другие специальные дисциплины в системе курсов по связям с общественностью. Кроме того, задачей курса является ознакомление студентов со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, освоение методов исследования коммуникации.

Решение вышеперечисленных задач будет способствовать формированию коммуникативной компетентности будущих специалистов в области связей с общественностью.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.11.1 «Основы теории коммуникации» входит в раздел «Б1 Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть. Модуль 1. ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами: психология, социология, экономика; современные компьютерные технологии и информатика, основы менеджмента, основы связей с общественностью.

Дисциплина основана на знаниях основ психологии, делового общения, менеджмента, рекламы и связей с общественностью и необходима для изучения таких дисциплин, как «Основы интегрированных коммуникаций», Теория и практика массовых коммуникаций», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Основы теории коммуникации» направлен на формирование следующих компетенций:

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК – 4**)
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (**ПК – 7**)
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (**ПК – 6**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных компетенций (ОК/ПК/ОПК)*

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	Уметь	владеть
1.	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационн ые кампании и мероприятия	знать содержание коммуникации, понятия языка коммуникации, семиотики, синтактики, семантики, прагматики аудитории коммуникации;	уметь осознавать важность эффективной коммуникации;	владеть анализом различных моделей коммуникации, факторов и барьеров коммуникации; владеть понятийным аппаратом теории коммуникации с учетом актуальных тенденций
2.	ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационн ых кампаний и мероприятий	знать понятие эффективности коммуникации составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации; особенность различных уровней коммуникации, ее видов и форм	уметь выявлять и анализировать коммуникацион ные процессы в различных сферах деятельности, их структуру	владеть способностью работать в группах и коллективах; методами коммуникации в кросс- культурном пространстве
3.	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационно й инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	знать понятие эффективности коммуникации составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации	уметь осознавать важность эффективной коммуникации	владеть способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; владеть методами коммуникации в кросс- культурном пространстве

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач. ед. (216 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры			
			7	8	–	–
Контактная работа, в том числе:		104,5	68,2	36,3		
Аудиторные занятия (всего):		96	64	32	–	–
Занятия лекционного типа		48	32	16	–	–
Лабораторные занятия					–	–
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		48	32	16		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		8	4	4		
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,5	0,2	0,3		
Самостоятельная работа, в том числе:		75,8	39,8	36	–	–
Курсовая работа – не предусмотрено		–	–	–	–	–
Проработка учебного (теоретического материала)		26,8	12,8	14		
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		25	13	14		
Реферат		24	16	8		
Подготовка к текущему контролю		–	–	–		
Контроль:					–	–
Подготовка к экзамену		35,7	-	35,7		
Общая трудоемкость	час.	216	108	108	–	–
	в том числе контактная работа	104,5	68,2	36,3		
	зач.ед.	6	3	3		

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (для студентов ОФО)

№ разд ела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	8	2	2	–	4
2.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	6	2	2	–	2
3.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	8	2	2	–	4
4.	Исторические вехи возникновения и развития коммуникации	8	4	2	–	2

5.	Исторические вехи возникновения и развития коммуникации	8	2	2	–	4
6.	Характеристика коммуникативного процесса	6	2	2	–	2
7.	Характеристика коммуникативного процесса	8	2	2	–	4
8.	Типы, виды, функции, средства коммуникации	6	2	2	–	2
9.	Типы, виды, функции, средства коммуникации	8	2	2	–	4
10.	Межличностные, специализированные и массовые коммуникации	6	2	2	–	2
11.	Межличностные, специализированные и массовые коммуникации	8	2	2	–	2
12.	Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты	6	2	2	–	2
13.	Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты	8	2	2	–	2
14.	Содержание коммуникации. Семиотика языка	6	2	2	–	2
15.	Содержание коммуникации. Семиотика языка <i>Итоговое занятие</i>	7,8	2	4	–	1,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		32	32	–	39,8

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре (для студентов ОФО)

№ разд ела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Аудитория коммуникации	8	2	2	–	4
2.	Аудитория коммуникации	10	2	2	–	6
3.	Аудитория коммуникации	8	2	2	–	4
4.	Эффективность коммуникации	10	2	2	–	6
5.	Эффективность коммуникации	8	2	2	–	4
6.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	8	2	2	–	4
7.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	8	2	2	–	4
8.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	8	2	2	–	4

	<i>Итого по дисциплине:</i>
--	-----------------------------

16	16	–	36
----	----	---	----

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	Предмет теории коммуникации. Понятие коммуникации специалистами различных наук. Междисциплинарный характер коммуникативного знания. Объект теории коммуникации. Категориальный аппарат теории коммуникации. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время.	Конспект лекции
2.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	Методы теории коммуникации. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, функциональный, системный и др. Частнонаучные методы исследования коммуникации. Конкретные методы анализа социальной коммуникации: корреляционный, факторный, дисперсионный. Методы сбора информации о функционировании коммуникации. Познавательная, методологическая и прогностическая функции теории коммуникации.	Конспект лекции
3.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	Законы коммуникации. Специфика законов теории коммуникации, их объективный и всеобщий характер. Условия информационного обмена в природе и обществе. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста. Коммуникативная компетентность личности. Коммуникативная культура. Возрастание роли коммуникативной компетентности в современных условиях.	Конспект лекции
4.	Исторические вехи возникновения и развития коммуникации	Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Генезис массовых коммуникаций. Коммуникативные революции	Конспект лекции

		(возникновение письменности; изобретение печатного станка; внедрение электронных масс-медиа). Истоки и основные парадигмы теории коммуникации. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Появление семиотики как нового направления исследования коммуникации в XIX веке в рамках философии прагматизма.	
5.	Исторические вехи возникновения и развития коммуникации	Введение Т. Джефферсоном в оборот термина “public relations”. Рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, символического интеракционизма, персонализма, экзистенциализма. Современные концепции коммуникации. Технократические подходы к изучению коммуникации (Г.М. Маклюэн, К. Шеннон). Интеракционный и лингвистический подходы к изучению коммуникации, проблема языка как системы символической коммуникации. Изучение особенностей массовой коммуникации в XX веке: теория селективной экспозиции; теория диффузии (распространения) инноваций; теория культивирования; теория информационных барьеров и др.	Конспект лекции
6.	Характеристика коммуникативного процесса	Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства. Структурные модели коммуникации. Модель Аристотеля. Модель Лассуэлла. Модель Шеннона-Уивера. Модель М. де Флера. Циркулярная модель коммуникации Осгуда-Шрамма. Двухканальная модель речевой коммуникации В.П. Морозова. Модель двухступенчатой коммуникации П. Лазерсфельда, Б. Берельсона и Г.Годе, используемая при исследовании массовых коммуникаций. Станфордская модель коммуникации (ИСКП) как базовая при рассмотрении элементов коммуникационного процесса.	Конспект лекции

		Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса.	
7.	Характеристика коммуникативного процесса	Структурные компоненты коммуникации. Коммуникатор (адресант), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция, как составные части коммуникативной цепи. Влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Понятие социологической доминанты коммуникации. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация. Аргументация в коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.	Конспект лекции
8.	Типы, виды, функции, средства коммуникации	Многообразие коммуникаций и их классификация. Различные подходы к выделению типов коммуникации, типология коммуникаций: массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня, внешние и внутренние коммуникации, непосредственные (прямые) и опосредованные коммуникации, активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации. Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Реклама как вид коммуникации. Офисные коммуникации. Конфликтные и протестные коммуникации. Уличные коммуникации.	Конспект лекции
9.	Типы, виды, функции, средства коммуникации	Функции коммуникации. Потребности человека как главная причина коммуникаций. Эмотивная, конативная, референтивная, поэтическая, фатическая, метаязыковая функции коммуникации. Экспрессивная, аппеллятивная, репрезентативная, познавательная, оценочная, аффективная и другие функции коммуникации. Средства коммуникации. Вербальные и невербальные, несловесные, устные,	Конспект лекции

		письменные средства коммуникации.	
10.	Межличностные, специализированные и массовые коммуникации	Межличностная коммуникация. Сущность и функции межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникации в малых группах. Способы воздействия в межличностной коммуникации. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Специализированные коммуникации. Различные подходы к выделению специализированных коммуникаций. Профессионально-ориентированные виды коммуникаций. Коммуникации в организациях. Формы деловой коммуникации. Особенности маркетинговых коммуникаций. Офисные коммуникации. Политические коммуникации. Публичные и межкультурные коммуникации, их особенности и формы.	Конспект лекции
11.	Межличностные, специализированные и массовые коммуникации	Массовая коммуникация. Сущность и функции массовой коммуникации. Контроль за окружающей средой и предупреждение общества об опасностях. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Система средств массовой информации.	Конспект лекции
12.	Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты	Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности. Понятие языковой личности. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Типы коммуникативной личности. Оценка коммуникативной личности.	Конспект лекции

		соотношение социальных и коммуникативных характеристик, индивидуальное и социальное.	
13.	Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты	Коммуникатор и социологические способы его изучения. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере. Границы коммуникативной сферы. Социальные роли коммуникатора. Роли коммуникантов в процессе обмена информацией. Мотивированность действий коммуникантов.	Конспект лекции
14.	Содержание коммуникации. Семиотика языка	Понятие знака. Типологии знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Символьная коммуникация. Социальные символы.	Конспект лекции
15.	Содержание коммуникации. Семиотика языка	Основы семиотической коммуникации. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.	Конспект лекции
16.	Аудитория коммуникации	Аудитория как адресат коммуникации. Объективные и субъективные характеристики. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории): минимум общих (базовых) знаний; владение общими вербальными и невербальными коммуникативными единицами; владение общим кодом; совместная мотивация.	Конспект лекции
17.	Аудитория коммуникации	Ориентация коммуникатора на потенциальную аудиторию. Отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории. Разовое, кратковременное, длительное (постоянное) воздействие коммуникатора на аудиторию. Совместимость коммуникатора и аудитории. Опосредованная коммуникация с аудиторией.	Конспект лекции
18.	Аудитория коммуникации	Опосредованное взаимодействие через "лидеров мнений". Воздействие через убеждение. Оптимизация деятельности аудитории. Контакты с целью формирования группового сознания.	Конспект лекции

		Социальный контроль посредством взаимодействия заинтересованных субъектов с аудиторией. Ознакомление аудитории с достижениями культуры и искусства. Предоставление аудитории деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской, экологической и другой информации.	
19.	Эффективность коммуникации	Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации.	Конспект лекции
20.	Эффективность коммуникации	Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации. Совместимость деловых партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.	Конспект лекции
21.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	Связи с общественностью (PR) как коммуникация. Понятие и определение PR. Общественное мнение. Конечная цель PR-процесса. Инициатор и объект воздействия в коммуникационном PR-процессе. Виды PR-коммуникаций (в бизнесе, государственных структурах, социальной сфере и т.д.). Связи с общественностью (PR) как элемент интегрированной маркетинговой коммуникации (ИМК).	Конспект лекции
22.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	Механизм и участники коммуникационного PR-процесса. Характеристика участников и их взаимодействия (коммуникаций) на примере связей с общественностью предприятий и организаций (бизнес-PR). Роль партнеров-посредников и СМИ в коммуникативном процессе.	Конспект лекции
23.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	Коммуникативные кампании в области PR-деятельности как коммуникативные технологии. Различные подходы к их проведению. Основные шаги и этапы проведения кампаний. Основные инструменты. Факторы эффективности, успешности PR-кампаний.	Конспект лекции

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	Предмет теории коммуникации. Понятие коммуникации специалистами различных наук. Междисциплинарный характер коммуникативного знания. Объект теории коммуникации. Категориальный аппарат теории коммуникации. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
1.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	Методы теории коммуникации. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, функциональный, системный и др. Частнонаучные методы исследования коммуникации. Конкретные методы анализа социальной коммуникации: корреляционный, факторный, дисперсионный. Методы сбора информации о функционировании коммуникации. Познавательная, методологическая и прогностическая функции теории коммуникации.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	Законы коммуникации. Специфика законов теории коммуникации, их объективный и всеобщий характер. Условия информационного обмена в природе и обществе. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста. Коммуникативная компетентность личности. Коммуникативная культура. Возрастание роли коммуникативной компетентности в современных условиях.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3.	Исторические вехи возникновения и развития коммуникации	Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Генезис массовых коммуникаций. Коммуникативные революции (возникновение письменности; изобретение печатного станка; внедрение электронных масс-медиа). Истоки и основные парадигмы теории	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		коммуникации. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Появление семиотики как нового направления исследования коммуникации в XIX веке в рамках философии прагматизма.	
4.	Исторические вехи возникновения и развития коммуникации	Введение Т. Джефферсоном в оборот термина “public relations”. Рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, символического интеракционизма, персонализма, экзистенциализма. Современные концепции коммуникации. Технократические подходы к изучению коммуникации (Г.М. Маклюэн, К. Шеннон). Интеракционный и лингвистический подходы к изучению коммуникации, проблема языка как системы символической коммуникации. Изучение особенностей массовой коммуникации в XX веке: теория селективной экспозиции; теория диффузии (распространения) инноваций; теория культивирования; теория информационных барьеров и др.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Характеристика коммуникативного процесса	Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства. Структурные модели коммуникации. Модель Аристотеля. Модель Лассуэлла. Модель Шеннона-Уивера. Модель М. де Флера. Циркулярная модель коммуникации Осгуда-Шрамма. Двухканальная модель речевой коммуникации В.П. Морозова. Модель двухступенчатой коммуникации П. Лазерсфельда, Б. Берельсона и Г.Годе, используемая при исследовании массовых коммуникаций. Станфордская модель коммуникации (ИСКП) как базовая при рассмотрении элементов коммуникационного процесса. Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6.	Характеристика коммуникативного	Структурные компоненты коммуникации. Коммуникатор	опрос по ключевым аспектам раздела,

	процесса	(адресант), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция, как составные части коммуникативной цепи. Влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Понятие социологической доминанты коммуникации. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация. Аргументация в коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.	реферат
8.	Типы, виды, функции, средства коммуникации	Многообразие коммуникаций и их классификация. Различные подходы к выделению типов коммуникации, типология коммуникаций: массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня, внешние и внутренние коммуникации, непосредственные (прямые) и опосредованные коммуникации, активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации. Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Реклама как вид коммуникации. Офисные коммуникации. Конфликтные и протестные коммуникации. Уличные коммуникации.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
9.	Типы, виды, функции, средства коммуникации	Функции коммуникации. Потребности человека как главная причина коммуникаций. Эмотивная, конативная, референтивная, поэтическая, фатическая, метаязыковая функции коммуникации. Экспрессивная, апеллятивная, репрезентативная, познавательная, оценочная, аффективная и другие функции коммуникации. Средства коммуникации. Вербальные и невербальные, несловесные, устные, письменные средства коммуникации.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
10.	Межличностные, специализированные и массовые	Межличностная коммуникация. Сущность и функции межличностной коммуникации. Особенности	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

	коммуникации	межличностной коммуникации в малых группах. Способы воздействия в межличностной коммуникации. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Специализированные коммуникации. Различные подходы к выделению специализированных коммуникаций. Профессионально-ориентированные виды коммуникаций. Коммуникации в организациях. Формы деловой коммуникации. Особенности маркетинговых коммуникаций. Офисные коммуникации. Политические коммуникации. Публичные и межкультурные коммуникации, их особенности и формы.	
11.	Межличностные, специализированные и массовые коммуникации	Массовая коммуникация. Сущность и функции массовой коммуникации. Контроль за окружающей средой и предупреждение общества об опасностях. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Система средств массовой информации.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
12.	Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты	Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности. Понятие языковой личности. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Типы коммуникативной личности. Оценка коммуникативной личности: соотношение социальных и коммуникативных характеристик, индивидуальное и социальное.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
13.	Коммуникативная	Коммуникатор и социологические	опрос по ключевым

	личность. Коммуникатор и коммуниканты	способы его изучения. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере. Границы коммуникативной сферы. Социальные роли коммуникатора. Роли коммуникантов в процессе обмена информацией. Мотивированность действий коммуникантов.	аспектам раздела, реферат
14.	Содержание коммуникации. Семиотика языка	Понятие знака. Типологии знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Символьная коммуникация. Социальные символы.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
15.	Содержание коммуникации. Семиотика языка	Основы семиотической коммуникации. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
16.	Аудитория коммуникации	Аудитория как адресат коммуникации. Объективные и субъективные характеристики. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории): минимум общих (базовых) знаний; владение общими вербальными и невербальными коммуникативными единицами; владение общим кодом; совместная мотивация.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
17.	Аудитория коммуникации	Ориентация коммуникатора на потенциальную аудиторию. Отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории. Разовое, кратковременное, длительное (постоянное) воздействие коммуникатора на аудиторию. Совместимость коммуникатора и аудитории. Опосредованная коммуникация с аудиторией.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
18.	Аудитория коммуникации	Опосредованное взаимодействие через “лидеров мнений”. Воздействие через убеждение. Оптимизация деятельности аудитории. Контакты с целью формирования группового сознания. Социальный контроль посредством взаимодействия заинтересованных субъектов с аудиторией. Ознакомление аудитории с	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		достижениями культуры и искусства. Предоставление аудитории деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской, экологической и другой информации.	
19.	Эффективность коммуникации	Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
20.	Эффективность коммуникации	Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации. Совместимость деловых партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
21.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	Связи с общественностью (PR) как коммуникация. Понятие и определение PR. Общественное мнение. Конечная цель PR-процесса. Инициатор и объект воздействия в коммуникационном PR-процессе. Виды PR-коммуникаций (в бизнесе, государственных структурах, социальной сфере и т.д.). Связи с общественностью (PR) как элемент интегрированной маркетинговой коммуникации (ИМК).	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
22.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	Механизм и участники коммуникационного PR-процесса. Характеристика участников и их взаимодействия (коммуникаций) на примере связей с общественностью предприятий и организаций (бизнес-PR). Роль партнеров-посредников и СМИ в коммуникативном процессе.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
23.	Коммуникации в сфере связей с общественностью (PR)	Коммуникативные кампании в области PR-деятельности как коммуникативные технологии. Различные подходы к их проведению. Основные шаги и этапы проведения кампаний. Основные инструменты. Факторы эффективности, успешности PR-кампаний.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Написание курсовых работ по данной дисциплине – не предусмотрено.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник / А.Г. Киселёв. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 Клюев, Ю.В. Теория и практика массовой информации: учебное пособие / Ю.В. Клюев. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212 Интегрированные коммуникации [Текст]: учебник для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / под ред. О. В. Сагиновой. - Москва: Академия, 2014. - 320 с. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Маркетинг", "Рекламное дело", "Связи с общественностью" / под ред. И. М. Синяевой. - Москва: [ЮНИТИ-ДАНА], 2014. - 504 с. Романов А.А. Массовые коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 235 с.
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник / А.Г. Киселёв. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 Клюев, Ю.В. Теория и практика массовой информации: учебное пособие / Ю.В. Клюев. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые

		коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212 Интегрированные коммуникации [Текст]: учебник для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / под ред. О. В. Сагиновой. - Москва: Академия, 2014. - 320 с. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Маркетинг", "Рекламное дело", "Связи с общественностью" / под ред. И. М. Синяевой. - Москва: [ЮНИТИ-ДАНА], 2014. - 504 с. Романов А.А. Массовые коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 235 с.
3.	Реферат	Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник / А.Г. Киселёв. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 Клюев, Ю.В. Теория и практика массовой информации: учебное пособие / Ю.В. Клюев. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212 Интегрированные коммуникации [Текст]: учебник для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / под ред. О. В. Сагиновой. - Москва: Академия, 2014. - 320 с. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Маркетинг", "Рекламное дело", "Связи с общественностью" / под ред. И. М. Синяевой. - Москва: [ЮНИТИ-ДАНА], 2014. - 504 с.

		Романов А.А. Массовые коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 235 с.
--	--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, проблемные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Содержание коммуникации. Семиотика языка

Вопросы для подготовки

1. Понятие знака. Типологии знаков.
2. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака.
3. Символьная коммуникация. Социальные символы.
4. Содержание коммуникации. Семиотика языка.
5. Основы семиотической коммуникации.
6. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.

4.1.2 Примерные темы рефератов:

Примерные темы обзорных рефератов

1. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли.
2. Основные методологические направления в исследовании социальной коммуникации.
3. Виды и формы профессионально-ориентированных коммуникаций, их роль в современном обществе.
4. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства.
5. Межличностная, специализированная и массовая коммуникации: особенности и роль в современном обществе.
6. Межкультурная коммуникация: содержание, формы, уровни, значение в условиях глобализации мирового пространства.
7. Сущность, функции, особенности и эффективность межличностной коммуникации.
8. Место и роль массовой коммуникации в информационном обществе.
9. Коммуникация в малых группах: особенности, функции, факторы повышения эффективности.
10. Виды и формы коммуникации в информационном обществе.
11. Сравнительно-исторический анализ основных видов коммуникации.
12. Массовая культура и коммуникативные действия журналиста.
13. Коммуникативная компетентность специалиста как важнейший фактор современной профессиональной деятельности.
14. Формы деловой коммуникации, их особенности и эффективность.
15. Коммуникативные технологии в информационном обществе: содержание, особенности, эффективность.
16. Коммуникативный анализ телевизионной рекламы.
17. Характеристика особенностей коммуникативных процессов в выборной кампании (на конкретном примере).
18. Эффективность коммуникации: понятие, факторы, показатели.
19. Политическая коммуникация: понятие, структура, средства, модели.
20. Офисные коммуникации: содержание и роль в управлении организацией.
21. Особенности и эффективность коммуникации в сфере публичных отношений.
22. Особенности и эффективность коммуникации в рекламной деятельности.
23. Сравнительная характеристика вербальной и невербальной коммуникации.
24. Особенности коммуникации в различных отраслях социальной сферы.
25. Значение и особенность коммуникации в кризисных и конфликтных ситуациях.
26. Международные коммуникации: понятие, содержание, функции.
27. Передовые технологии коммуникации и организация: характеристика и эффективность.
28. “Мыльная опера” как коммуникация: особенности, характеристика, эффективность.
29. Телевизионные новости как коммуникация: структура, особенности, эффективность.
30. Современный шлягер как коммуникация: структура, средства, влияние на массовую культуру.
31. Коммуникативные системы кино и театра: сравнительная характеристика.
32. Информационный обмен в коммуникативных системах: понятие и эффективность.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (зачет)

1. Предмет теории коммуникации
2. Общение и коммуникация: сходство и различия.
3. Исторические вехи становления теории коммуникации.
4. Цели, средства и функции коммуникации.
5. Коммуникативные модели: убеждающая, познавательная, суггестивная, ритуальная, экспрессивная.
6. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
7. Содержание понятия «информация».
8. Коммуникативный процесс и его составляющие: производство информации, ее распространение, прием и использование.
9. Классическая модель процесса коммуникации Г. Лассуэлла: коммуникатор – сообщение – канал передачи – коммуникант – обратная связь.
10. Основные модели коммуникационного процесса, используемые в деятельности специалистов по связям с общественностью.
11. Фигура коммуникатора.
12. Индивидуальное и институциональное в коммуникаторе.
13. Престижность, надежность, доверительность как фактор общения с конкретным коммуникатором.
14. Типы коммуникаторов: ключевой коммуникатор, лидер мнений.
15. Коммуникатор как профессия: менеджер по связям с общественностью, имиджмейкер.
16. Манипуляция в системе коммуникации. Понятие «манипуляция».
17. Использование манипулятивных технологий в коммуникативном процессе.
18. Ролевые и манипулятивные классификации.
19. Этическая составляющая манипулятивной коммуникации.
20. Общие принципы построения ложных доводов
21. Роль игры в коммуникационной деятельности.
22. Понятие игры как творческой деятельности. Типизация игровой деятельности.
23. «Теория ролей» Э.Берна. Коммуникационные роли.
24. Соотношение игровой и коммуникационной деятельности.
25. Классификация игровых видов коммуникационной деятельности.
26. Аудитория коммуникации. Понятие и основные виды.
27. Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации. Побудительный стимул действия: потребности, побуждения, символы. Конфликт мотивов.
28. Искусство мягкого убеждения.
29. Типы коммуникации. Особенности личностной, межличностной, массовой, специализированной коммуникации.
30. Массовая коммуникация. Теория массовой коммуникации (Х.Ортега-и-Гассет, Г.Лебон, Г.Маклюэн).
31. Методы анализа массовой коммуникации: контент-анализ, пропагандистский анализ, анализ слухов.
32. Массовая коммуникация и сфера деятельности связей с общественностью.
33. Специализированная коммуникация
34. Типы коммуникативных личностей и их роль в деловой коммуникации.
35. Коммуникативная компетентность. Самопрезентация.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине

или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- **оценка «зачтено»:** студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- **оценка «не зачтено»:** материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (экзамен)

1. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время.
2. Методы теории коммуникации.

3. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, функциональный, системный и др. Частнонаучные методы исследования коммуникации.
4. Конкретные методы анализа социальной коммуникации: корреляционный, факторный, дисперсионный. Методы сбора информации о функционировании коммуникации.
5. Познавательная, методологическая и прогностическая функции теории коммуникации.
6. Законы коммуникации. Специфика законов теории коммуникации, их объективный и всеобщий характер.
7. Условия информационного обмена в природе и обществе.
8. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста. Коммуникативная компетентность личности.
9. Коммуникативная культура. Возрастание роли коммуникативной компетентности в современных условиях.
10. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Генезис массовых коммуникаций.
11. Коммуникативные революции (возникновение письменности; изобретение печатного станка; внедрение электронных масс-медиа).
12. Истоки и основные парадигмы теории коммуникации. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли.
13. Появление семиотики как нового направления исследования коммуникации в XIX веке в рамках философии прагматизма.
14. Введение Т. Джефферсоном в оборот термина “public relations”.
15. Рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, символического интеракционизма, персонализма, экзистенциализма.
16. Современные концепции коммуникации. Технократические подходы к изучению коммуникации (Г.М. Маклюэн, К. Шеннон).
17. Интеракционный и лингвистический подходы к изучению коммуникации, проблема языка как системы символической коммуникации.
18. Изучение особенностей массовой коммуникации в XX веке: теория селективной экспозиции; теория диффузии (распространения) инноваций; теория культивирования; теория информационных барьеров и др.
19. Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.
20. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства.
21. Структурные модели коммуникации. Модель Аристотеля.
22. Структурные модели коммуникации. Модель Лассуэлла.
23. Структурные модели коммуникации. Модель Шеннона-Уивера.
24. Структурные модели коммуникации. Модель М. де Флера.
25. Структурные модели коммуникации. Циркулярная модель коммуникации Осгуда-Шрамма.
26. Структурные модели коммуникации. Двухканальная модель речевой коммуникации В.П. Морозова.
27. Структурные модели коммуникации. Модель двухступенчатой коммуникации П. Лазерсфельда, Б. Берельсона и Г.Годе.
28. Станфордская модель коммуникации (ИСКП) как базовая при рассмотрении элементов коммуникационного процесса.
29. Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса.

30. Структурные компоненты коммуникации. Коммуникатор (адресант), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция, как составные части коммуникативной цепи. Влияние каждого звена на эффективность коммуникации.
31. Понятие социологической доминанты коммуникации. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация.
32. Аргументация в коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
33. Многообразие коммуникаций и их классификация.
34. Различные подходы к выделению типов коммуникации, типология коммуникаций: массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня, внешние и внутренние коммуникации, непосредственные (прямые) и опосредованные коммуникации, активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации.
35. Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Реклама как вид коммуникации. Офисные коммуникации. Конфликтные и протестные коммуникации. Уличные коммуникации.
36. Функции коммуникации. Потребности человека как главная причина коммуникаций. Эмотивная, конативная, референтивная, поэтическая, фатическая, метаязыковая функции коммуникации.
37. Функции коммуникации. Экспрессивная, апеллятивная, репрезентативная, познавательная, оценочная, аффективная и другие функции коммуникации.
38. Средства коммуникации. Вербальные и невербальные, несловесные, устные, письменные средства коммуникации.
39. Межличностная коммуникация. Сущность и функции межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
40. Способы воздействия в межличностной коммуникации. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
41. Специализированные коммуникации. Различные подходы к выделению специализированных коммуникаций.
42. Профессионально-ориентированные виды коммуникаций. Коммуникации в организациях. Формы деловой коммуникации. Особенности маркетинговых коммуникаций. Офисные коммуникации. Политические коммуникации. Публичные и межкультурные коммуникации, их особенности и формы.
43. Массовая коммуникация. Сущность и функции массовой коммуникации. Контроль за окружающей средой и предупреждение общества об опасностях. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия.
44. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации.
45. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Система средств массовой информации.
46. Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности. Понятие языковой личности. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный.

47. Типы коммуникативной личности. Оценка коммуникативной личности: соотношение социальных и коммуникативных характеристик, индивидуальное и социальное.
48. Коммуникатор и социологические способы его изучения. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.
49. Границы коммуникативной сферы. Социальные роли коммуникатора.
50. Роли коммуникантов в процессе обмена информацией. Мотивированность действий коммуникантов.
51. Понятие знака. Типологии знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака.
52. Символьная коммуникация. Социальные символы.
53. Основы семиотической коммуникации. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.
54. Аудитория как адресат коммуникации. Объективные и субъективные характеристики.
55. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории): минимум общих (базовых) знаний; владение общими вербальными и невербальными коммуникативными единицами; владение общим кодом; совместная мотивация.
56. Ориентация коммуникатора на потенциальную аудиторию. Отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории.
57. Разовое, кратковременное, длительное (постоянное) воздействие коммуникатора на аудиторию. Совместимость коммуникатора и аудитории. Опосредованная коммуникация с аудиторией.
58. Опосредованное взаимодействие через “лидеров мнений”. Воздействие через убеждение. Оптимизация деятельности аудитории. Контакты с целью формирования группового сознания. Социальный контроль посредством взаимодействия заинтересованных субъектов с аудиторией.
59. Ознакомление аудитории с достижениями культуры и искусства. Предоставление аудитории деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской, экологической и другой информации.
60. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации.
61. Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации. Совместимость деловых партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.
62. Связи с общественностью (PR) как коммуникация. Понятие и определение PR. Общественное мнение. Конечная цель PR-процесса. Инициатор и объект воздействия в коммуникационном PR-процессе.
63. Виды PR-коммуникаций (в бизнесе, государственных структурах, социальной сфере и т.д.). Связи с общественностью (PR) как элемент интегрированной маркетинговой коммуникации (ИМК).
64. Механизм и участники коммуникационного PR-процесса. Характеристика участников и их взаимодействия (коммуникаций) на примере связей с общественностью предприятий и организаций (бизнес-PR). Роль партнеров-посредников и СМИ в коммуникативном процессе.

65. Коммуникативные кампании в области PR-деятельности как коммуникативные технологии. Различные подходы к их проведению.
66. Основные шаги и этапы проведения кампаний. Основные инструменты. Факторы эффективности, успешности PR-кампаний.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на экзамене

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по дисциплине является экзамен. Студенты обязаны сдать экзамен в соответствии с расписанием и учебным планом

ФОС промежуточной аттестации состоит из вопросов и задач к экзамену по дисциплине.

Экзамен по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения экзамена: устно (письменно).

Экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи экзамена заносится преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Критерии оценки:

оценка «отлично»: глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, логически последовательные, полные, грамматически правильные и конкретные ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы членов комиссии; использование в необходимой мере в ответах языкового материала, представленного в рекомендуемых учебных пособиях и дополнительной литературе.;

оценка «хорошо»: твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном реагировании на замечания по отдельным вопросам;

оценка «удовлетворительно»: знание и понимание основных вопросов программы, наличие ошибок при недостаточной способности их корректировки, наличие определенного количества (не более 50%) ошибок в освещении отдельных вопросов билета;

оценка «неудовлетворительно»: непонимание сущности излагаемых вопросов, грубые ошибки в ответе, неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными

возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

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

5.1 Основная литература:

1. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>
2. Ключев, Ю.В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Ю.В. Ключев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884>
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56210>
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич-рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56212>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Интегрированные коммуникации [Текст] : учебник для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / под ред. О. В. Сагиновой. - Москва : Академия, 2014. - 320 с.
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Маркетинг", "Рекламное дело", "Связи с общественностью" / под ред. И. М. Синяевой. - Москва: [ЮНИТИ-ДАНА], 2014. - 504 с.
3. Романов А.А. Массовые коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 235 с.

5.3 Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>

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

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>)

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

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей. Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям: – изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; – логичность, четкость и ясность в изложении материала; – возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; – опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; – тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; – научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств; – активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; – разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их; – эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его

непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов

самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей

целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

- знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;
- характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной

шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

Изучение дисциплины «**Основы теории коммуникаций**» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - прослушивание лекционного курса; - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий; - проведение лабораторных занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

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

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Microsoft Microsoft Windows 7.8, 8.1 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 370-АЭФ/2014 от 2 декабря 2014г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» :

3. Договор № 0303/2015 от 3 марта 2015г.

4. Договор № 2207/2015 от 22 июля 2015г

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://www.znanium.com/> ООО «НИЦ ИНФРА-М» Договор № 0711/2014/3 от 7 ноября 2014.

6. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 77/2015 от 11 ноября 2015 г.

7. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 2611/2015 от 26 ноября 2015г.

8. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru/> ООО «КноРус медиа» Договор № 2311/2015 от 23 ноября 2015 г.
 ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор № 1401/2016 от 14 января 2016 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 402)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402)
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
5.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)