

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.35 Теория коммуникации»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2022

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.Б.35 Теория коммуникации» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 9 от 01.02. 2022 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры подпись расшифровка подписи Т.Ю. Димитрова

Исполнители:

должность подпись расшифровка подписи Л.В. Анпилогова
должность подпись расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью код наименование личная подпись расшифровка подписи Ю.В. Кудашова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись расшифровка подписи Н.Н. Бигалиева

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись расшифровка подписи Е.Ф. Томина

№ регистрации _____

© Анпилогова Л.В., 2022
© ОГУ, 2022

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: овладение системными знаниями по основам теории коммуникации с целью помочь будущим специалистам осознать себя профессионалами в деятельности; создание предпосылок для осуществления взаимодействия и взаимопонимания с людьми в процессе профессиональной деятельности; формирование основополагающих знаний, умений, навыков и компетенций у студентов в области культуры массовых коммуникаций в сфере рекламной и ПР-деятельности.

Задачи:

- познакомиться с совокупностью политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- научиться осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
- овладеть техникой и приемами осуществления коммуникативной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- познакомиться с разными коммуникативными моделями, используемыми в профессиональной деятельности;
- овладеть техникой управления коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- овладеть навыками самоорганизации, технологиями организации коллективной (командной работы), технологией создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- узнать основные теоретические подходы к феномену коммуникации, возможности их применения в практической деятельности, основные виды коммуникации и их специфики;
- познакомиться с ролью ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы, учитывая особенности внутренней и внешней коммуникации, знания понятийно-категориального аппарата теории аргументации;
- познакомиться с разными видами коммуникационных кампаний и мероприятий, основными направлениями их деятельности, этапами, видами, функциями, целями и задачами работы, технологиями, формами и методами, спецификой и структурой;
- овладеть способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.23 Основы связей с общественностью, Б1.Д.В.7 Россия в глобальном информационном пространстве, ФДТ.1 Деловой протокол и этикет*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-5 Способен	ОПК-5-В-1 ОПК-5.1.	Знать:

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5-В-2 ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<p>- специфику развития разных медиакоммуникационных систем с учетом политических, экономических, правовых и этических факторов, обеспечивающих эффективное осуществление профессиональной деятельности;</p> <p>- разные виды коммуникационных кампаний и мероприятий, основные направления их применения в профессиональной деятельности;</p> <p>- этапы, виды, функции, цели и задачи, технологии, формы, методы, специфику и структуру процесса коммуникации с учетом механизмов функционирования медиакоммуникационной системы на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Уметь:</p> <p>- осуществлять эффективную коммуникативную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, включая новейшие информационные каналы, учитывая особенности внутренней и внешней коммуникации, знания понятийно-категориального аппарата теории аргументации;</p> <p>- использовать основные теоретические подходы к пониманию сущности феномена коммуникации с учетом возможностей их применения в практической деятельности</p> <p>Владеть:</p> <p>- приемами осуществления коммуникативной деятельности;</p> <p>- техникой управления коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью</p>

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	13,25	13,25
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение реферата (Р); - подготовка к дискуссии (ДС);	94,75	94,75

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
<ul style="list-style-type: none"> - выполнение тестовых заданий в системе «АИССТ» (ТЗ); - выполнение домашних заданий (ДЗ); - подготовка к собеседованию (опросу) (С(о)); - решение психологических тестов (ПсТ); - работа с научным, научно-познавательным и художественным материалом (Н,Н-П,ХМ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям и т.п. 		
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникация в современном обществе.	11	1	1	-	9
2	Основные виды коммуникации.	14	1	1	-	12
3	Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре.	18	1	1	-	16
4	Прикладные модели массовой коммуникации.	13	-	1	-	12
5	Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности.	13	-	1	-	12
6	Модели кризисных коммуникаций.	13	-	1	-	12
7	Управление коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и PR.	13	1	1		11
8	Коммуникация в организациях.	13	-	1		12
	Итого:	108	4	8		96
	Всего:	108	4	8		96

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Коммуникация в современном обществе.

1. Сущность понятия коммуникации.
2. Понятие коммуникации как процесса осуществления речевой деятельности.
3. Роль коммуникации в современном обществе.

Раздел № 2 Основные виды коммуникации.

1. Вербальная коммуникация:
 - особенности вербальной коммуникации;
 - роль вербальной коммуникации в человеческой деятельности.
2. Соотношения между вербальной и невербальной коммуникациями.
3. Особенности невербальной коммуникации.
4. Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.

Раздел № 3 Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре.

1. Коммуникативные модели в массовой культуре.

2. Особенности коммуникативных моделей.
3. Социологические и психологические модели коммуникации.
4. Семиотические модели.
5. Модели психотерапевтической коммуникации.

Раздел № 4 Прикладные модели массовой коммуникации.

1. Модели коммуникации в решении специальных задач массовой культуры.
2. Использование прикладных моделей коммуникации в массовой культуре.
3. Модели массовой коммуникации.
4. Методы анализа массовой коммуникации.
5. Коммуникативное пространство в массовой культуре.

Раздел № 5 Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности.

1. Имиджевая коммуникация.
2. Соотношения художественной коммуникации и коммуникации масс-медиа.
3. Мифологическая коммуникация.
4. Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.

Раздел № 6 Модели кризисных коммуникаций.

1. Понятие кризисных коммуникаций.
2. Особенности кризисных коммуникаций.
3. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.

Раздел № 7 Управление коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и PR.

1. Особенности управления коммуникативными процессами.
2. Аргументирующая коммуникация как один из способов управления коммуникативными процессами.
3. Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации.

Раздел № 8 Управление коммуникативными процессами.

1. Организационные коммуникации.
2. PR-отделы в организациях и PR-фирмы. Структура и обязанности PR-отделов. Штатные PR-сотрудники. Необходимость обращения к специализированным PR-фирмам.
3. Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах.
4. Корпоративная культура.
5. Правила речевого этикета и ведения диалога.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Понятие коммуникации как процесса осуществления речевой деятельности. Роль коммуникации в современном обществе и PR деятельности.	1
1	2	Особенности невербальной коммуникации. Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.	1
2	3	Семиотические модели. Модели психотерапевтической коммуникации.	1
2	4	Модели массовой коммуникации. Методы анализа массовой	1

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		коммуникации. Коммуникативное пространство в массовой культуре.	
3	5	Мифологическая коммуникация. Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.	1
3	6	Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.	1
4	7	Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации.	1
4	8	Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах. Правила речевого этикета и ведения диалога. Корпоративная культура.	1
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Социокультурная коммуникация в контексте образовательного диалога [Текст] : учебное пособие / В. Л. Бенин [и др.]. - Москва : Флинта : Наука, 2017. - 312 с. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-02-039258-8. – 15 экз.

2. Мухамеджанова, Н. М. Межкультурная коммуникация [Текст] : науч.-метод. пособие / Н. М. Мухамеджанова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург.гос. ун-т". - Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2010. - 174 с. - Библиогр. в конце тем. - ISBN 978-5-7410-1087-7. – 14 экз.

5.2 Дополнительная литература

1. Кривокопа, Е. И. Деловые коммуникации [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии сферы обслуживания", а также по направлению подготовки 080200 "Менеджмент" (профиль "Производственный менеджмент") / Е. И. Кривокопа. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 190 с. : ил. - (Высшее образование. Бакалавриат). - На обл. и тит. л.: Электронно-библиотечная система znanium.com. - Глоссарий: с. 178-179. - Библиогр.: с. 180-187. - ISBN 978-5-16-004277-0. – 10 экз.

2. Просвирина, И. И. Лингводидактический аспект толерантной речевой коммуникации [Текст] : монография / И. И. Просвирина. - Оренбург : ГОУ ОГУ, 2006. - 247 с. - Библиогр.: с. 212-247. - ISBN 5-7410-5823-9. – 12 экз.

3. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям сервиса / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 272 с. - (Высшее образование). - Слов.: с. 248-268. - Библиогр.: с. 269-270. - ISBN 978-5-16-002657-2. – 10 экз.

5.3 Периодические издания

1. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018-2021.
2. Альма матер (Вестник высшей школы) : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2020, 2021.
3. Вопросы языкознания : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018-2021.
4. Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018-2021.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Сайт журнала «Журналист»/ - www.journalist-virt.ru
2. Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России – <http://www.portalus.ru>
3. <https://openedu.ru/> - «Открытое образование»; Курс «Язык современной рекламы и СМИ» <https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/>
4. <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум». Курс «Основы успешного делового общения» <https://www.lektorium.tv/mooc2/32867>
5. <http://www.regnum.ru/> - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.
6. <https://openedu.ru/> - онлайн курсы ведущих вузов России.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Лицензионное программное обеспечение

Операционная система MicrosoftWindows

Пакет настольных приложений MicrosoftOffice (Word, PowerPoint)

Инструментальные средства для распознавания текста: ABBYY FineReader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций AdobePageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

Служебное и офисное ПО:

- Свободный пакет офисных приложений ApacheOpenOffice. Предоставляется по лицензии ApacheLicense 2.0. Разработчик: ApacheSoftwareFoundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- Кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и MozillaPublicLicense. Разработчик: TheDocumentFoundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- Бесплатное средство просмотра файлов PDF AdobeReader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: AdobeSystems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/>.

- Свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/>.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, мультимедийным проектором, доской, экраном, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.