

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета  Акопян А.В.
«31» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные
коммуникации»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2021

Автор программы  /Швец Е.В./

Заведующий кафедрой
Связи с общественностью  /Скрипникова Н.Н./

Руководитель ОПОП  /Скрипникова Н.Н./

Воронеж 2021

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины:

Ознакомить студентов с историей коммуникации и развития различных теорий коммуникации; формирование у студента понимания особенностей речевой и невербальной коммуникации, ее разновидностей (бытовая, производственная, политическая, сфера связей с общественностью), каналов и разновидностей коммуникации (устная, печатная, аудиовизуальная, виртуальная и т.п.), аудиторий и принципов коммуникации.

1.2. Задачи освоения дисциплины

Научить студентов прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, коммуникации, как виду деятельности с определёнными методами и навыками достижения планируемого эффекта; познакомить с основными теориями коммуникации; ввести основные понятия и принципы коммуникации; создать представление о личностных аспектах коммуникаторов; ознакомить студентов со спецификой коммуникаций в различных сферах жизни; изучить методы исследования коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» относится к дисциплинам обязательной части блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями ИНЫХ знаковых систем

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
УК-4	Знать: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта.
	Уметь: прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов

	<p>организации эффективного коммуникационного процесса, коммуникации как вида деятельности с определёнными методами и навыками достижения планируемого эффекта, действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации.</p> <p>Владеть: навыком гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.</p>
ОПК-1	<p>Знать: базовые теории создания текстов рекламы и связей с общественностью.</p>
	<p>Уметь: осуществлять взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства.</p>
	<p>Владеть: навыками литературного редактирования и копирайтинга; умением проводить под контролем коммуникационные мероприятия .</p>

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» составляет 5 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Аудиторные занятия (всего)	90	54	36
В том числе:			
Лекции	36	36	-
Практические занятия (ПЗ)	54	18	36
Самостоятельная работа	18	9	9
Часы на контроль	72	45	27
Виды промежуточной аттестации - экзамен	+	+	+
Общая трудоемкость:			
академические часы	180	108	72
зач.ед.	5	3	2

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Аудиторные занятия (всего)	14	10	4
В том числе:			

Лекции	4	4	-
Практические занятия (ПЗ)	10	6	4
Самостоятельная работа	148	89	59
Часы на контроль	18	9	9
Виды промежуточной аттестации - экзамен	+	+	+
Общая трудоемкость:			
академические часы	180	108	72
зач.ед.	5	3	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Понятие и основные элементы коммуникации	<p>Объект, предмет и методологический базис теории коммуникации: понятия объекта и предмета науки, комплексность феномена социальной коммуникации и комплексность предметного пространства социальной коммуникации, объект теории коммуникации, соотношение теории коммуникации со смежными научными дисциплинами, соотношение теории коммуникации с теорией журналистики, предмет теории коммуникации, методологические подходы, применяемые в теории коммуникации – процессно-информационный, семиотический. Основные подходы к пониманию сущности коммуникации - философский, психологический, технологический, определения Ч.Кули, К.Шеннона и В.Уивера, К.Черри, С.Стивенса, Х.Лассвелла, В.Шрамма, Дж.Фиске, общее и особенное в определениях коммуникации, простейшая схема коммуникации, обобщенная типология коммуникационного поведения, жесткий и мягкий</p>	6	8	2	16

		<p>подход к пониманию сущности коммуникации. Понятие и типология коммуникативного действия. Понятие коммуникативного акта. Типология коммуникативных актов. Социальная коммуникация в ряду смежных категорий: коммуникация, информация, перцепция, интеракция, речевая деятельность</p>				
2	<p>Эволюция социальной коммуникации и современное информационно-коммуникативное общество</p>	<p>Роль коммуникации в животном мире. Коммуникация у высших животных. Специфика социальной коммуникации. Эволюция социальной коммуникации. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Динамика общества и развитие средств коммуникации. Коммуникативные революции. Антропогенез и социальная коммуникация. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Археокультурный и палеокультурный этапы истории становления социальной коммуникации. Мануфактурный, индустриальный и постиндустриальный этапы истории становления социальной коммуникации. Концепция М.Маклюена. Будущее развития средств коммуникации и будущее общества. Информационно-коммуникативное общество – общая характеристика. Коммуникация и общество: основные теоретические подходы. Понятие и характеристики информационного общества. Теории информационного общества. Подходы Д.Белла, Э.Тоффлера, М.Кастельса. Понятие сетевого общества. Позитивные и негативные характеристики информационного общества.</p>	6	8	2	16

		Информационное общество в России.				
3	Процессно-информационный и семиотический подход к коммуникации	<p>Процессно-информационный подход к коммуникации: общая характеристика. Основные процессно-информационные модели коммуникации: подходы Г. Лассвелла, К. Шэннона- В. Уивера, Т. Ньюкомба, Д. Гербнера, Б. Де Флера, Вестли-Маклина, А. Тэна. Шумы в процессных моделях коммуникации. Понятие коммуникативных шумов. Механические и семантические шумы. Коммуникативные шумы в различных моделях коммуникации. Факторы, порождающие коммуникативные шумы. Понятие и структура коммуникативных барьеров. Семиотический подход к коммуникации: общая характеристика. Структурно-лингвистическое и логико-философское направления в семиотике. Понятие знака. Модели функционирования знаков. Концепция де Соссюра. Модели знака Фреге и Огдена – Ричардса. Прагматическая модель Пирса. Типология знаков. Свойства и характеристики знаков и знаковых систем. Семантика, синтактика и прагматика. Прагматические подходы Ч. Морриса и П. Грайса. Понятие кода. Типология кодов. Происхождение языка. Классические теории происхождения языка. Концепция Ф.Энгельса о происхождении человека и роли языка и коммуникации в этом процессе. Российская историко-психологическая школа (Л.Выготский, А.Леонтьев, А.Лурия) о возникновении языка. Семиотический анализ</p>	6	8	2	16

		массово-коммуникативных явлений.				
4	Типология социальной коммуникации	<p>Единицы анализа коммуникации. Формы и средства коммуникации. Средства массовой коммуникации. Виды и типы социальной коммуникации: методологические подходы к построению типологии социальной коммуникации, базисный подход, опирающийся на модель SMCRE, типология по критерию соотношения источника и получателя - межличностная, межгрупповая, организационная, массовая коммуникация, типология по критерию характера канала, по критерию типа сообщения, эффекту и наличию обратной связи, дополнительные типологии социальных коммуникаций. Понятие массовой коммуникации – широкий и узкий подходы. Понятие массы и массового общества – теоретические подходы. Особенности источников, каналов и аудиторий массовой коммуникации. Функции коммуникации в обществе. Невербальная коммуникация: сущность, структура, функции. Проксемика как составной элемент невербальной коммуникации. Кинесика – «словарь» языка тела. Различия в невербальном поведении представителей различных стран. Невербальные приемы общения в средствах массовой информации.</p>	6	10	4	20
5	Коммуникативная среда и сферы коммуникации.	<p>Понятие институционального дискурса. Бытовой, производственный, политический, религиозный дискурсы: основные характеристики. Понятие массовой коммуникации – широкий и узкий подходы. Понятие массы и массового общества – теоретические</p>	6	10	4	20

		подходы. Особенности источников, каналов и аудиторий массовой коммуникации. Функции коммуникации в обществе.				
6	Понятие эффективной коммуникации	Эффективное речевое воздействие. Коммуникативное равновесие. Эффективность и «затратность» общения. Коммуникативное равновесие. Условия эффективного речевого воздействия. Коммуникативные барьеры. Вербальное речевое воздействие. «Языковой паспорт». Фактор соблюдения коммуникативной нормы. Фактор установления контакта с собеседником. Фактор содержания речи. Фактор языкового оформления. Фактор стиля общения. Фактор расположения информации. Фактор адресата.	6	10	4	20
Итого			36	54	18	108

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Понятие и основные элементы коммуникации	Объект, предмет и методологический базис теории коммуникации: понятия объекта и предмета науки, комплексность феномена социальной коммуникации и комплексность предметного пространства социальной коммуникации, объект теории коммуникации, соотношение теории коммуникации со смежными научными дисциплинами, соотношение теории коммуникации с теорией журналистики, предмет теории коммуникации, методологические подходы, применяемые в теории коммуникации – процессно-информационный, семиотический. Основные подходы к пониманию сущности коммуникации - философский, психологический, технологический, определения	2	-	24	26

		<p>Ч.Кули, К.Шеннона и В.Уивера, К.Черри, С.Стивенса, Х.Лассвелла, В.Шрамма, Дж.Фиске, общее и особенное в определениях коммуникации, простейшая схема коммуникации, обобщенная типология коммуникационного поведения, жесткий и мягкий подход к пониманию сущности коммуникации. Понятие и типология коммуникативного действия. Понятие коммуникативного акта. Типология коммуникативных актов. Социальная коммуникация в ряду смежных категорий: коммуникация, информация, перцепция, интеракция, речевая деятельность</p>				
2	<p>Эволюция социальной коммуникации и современное информационно-коммуникативное общество</p>	<p>Роль коммуникации в животном мире. Коммуникация у высших животных. Специфика социальной коммуникации. Эволюция социальной коммуникации. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Динамика общества и развитие средств коммуникации. Коммуникативные революции. Антропогенез и социальная коммуникация. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Археокультурный и палеокультурный этапы истории становления социальной коммуникации. Мануфактурный, индустриальный и постиндустриальный этапы истории становления социальной коммуникации. Концепция М.Маклюена. Будущее развития средств коммуникации и будущее общества. Информационно-коммуникативное общество – общая характеристика. Коммуникация и общество: основные теоретические подходы. Понятие</p>	2	2	24	28

		и характеристики информационного общества. Теории информационного общества. Подходы Д.Белла, Э.Тоффлера, М.Кастельса. Понятие сетевого общества. Позитивные и негативные характеристики информационного общества. Информационное общество в России.				
3	Процессно-информационный и семиотический подход к коммуникации	Процессно-информационный подход к коммуникации: общая характеристика. Основные процессно-информационные модели коммуникации: подходы Г. Лассвелла, К. Шэннона- В. Уивера, Т. Ньюкомба, Д. Гербнера, Б. Де Флера, Вестли-Маклина, А. Тэна. Шумы в процессных моделях коммуникации. Понятие коммуникативных шумов. Механические и семантические шумы. Коммуникативные шумы в различных моделях коммуникации. Факторы, порождающие коммуникативные шумы. Понятие и структура коммуникативных барьеров. Семиотический подход к коммуникации: общая характеристика. Структурно-лингвистическое и логико-философское направления в семиотике. Понятие знака. Модели функционирования знаков. Концепция де Соссюра. Модели знака Фреге и Огдена – Ричардса. Прагматическая модель Пирса. Типология знаков. Свойства и характеристики знаков и знаковых систем. Семантика, синтактика и прагматика. Прагматические подходы Ч. Морриса и П. Грайса. Понятие кода. Типология кодов. Происхождение языка. Классические теории происхождения языка.	-	2	24	26

		Концепция Ф.Энгельса о происхождении человека и роли языка и коммуникации в этом процессе. Российская историко-психологическая школа (Л.Выготский, А.Леонтьев, А.Лурия) о возникновении языка. Семиотический анализ массово-коммуникативных явлений.				
4	Типология социальной коммуникации	Единицы анализа коммуникации. Формы и средства коммуникации. Средства массовой коммуникации. Виды и типы социальной коммуникации: методологические подходы к построению типологии социальной коммуникации, базисный подход, опирающийся на модель SMCRE, типология по критерию соотношения источника и получателя - межличностная, межгрупповая, организационная, массовая коммуникация, типология по критерию характера канала, по критерию типа сообщения, эффекту и наличию обратной связи, дополнительные типологии социальных коммуникаций. Понятие массовой коммуникации – широкий и узкий подходы. Понятие массы и массового общества – теоретические подходы. Особенности источников, каналов и аудиторий массовой коммуникации. Функции коммуникации в обществе. Невербальная коммуникация: сущность, структура, функции. Проксемика как составной элемент невербальной коммуникации. Кинесика – «словарь» языка тела. Различия в невербальном поведении представителей различных стран. Невербальные приемы общения в средствах массовой информации.	-	2	24	26
5	Коммуникативная среда и	Понятие институционального	-	2	26	28

	сферы коммуникации.	дискурса. Бытовой, производственный, политический, религиозный дискурсы: основные характеристики. Понятие массовой коммуникации – широкий и узкий подходы. Понятие массы и массового общества – теоретические подходы. Особенности источников, каналов и аудиторий массовой коммуникации. Функции коммуникации в обществе.				
6	Понятие эффективной коммуникации	Эффективное речевое воздействие. Коммуникативное равновесие. Эффективность и «затратность» общения. Коммуникативное равновесие. Условия эффективного речевого воздействия. Коммуникативные барьеры. Вербальное речевое воздействие. «Языковой паспорт». Фактор соблюдения коммуникативной нормы. Фактор установления контакта с собеседником. Фактор содержания речи. Фактор языкового оформления. Фактор стиля общения. Фактор расположения информации. Фактор адресата.	-	2	26	28
Итого			4	10	148	162

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации

оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
УК-4	Знать: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта.	Реферат. Контрольная работа. Экзамен.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь: прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта, действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации.	Реферат. Тест. Экзамен.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть: навыком гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной	Тест. Экзамен.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	коммуникации.			
ОПК-1	Знать: базовые теории создания текстов рекламы и связей с общественностью.	Реферат. Контрольная работа. Экзамен.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь: осуществлять взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства.	Реферат. Тест. Экзамен.	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть: навыками литературного редактирования и копирайтинга; умением проводить под контролем коммуникационные мероприятия .	Тест, экзамен	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 1, 2 семестре для очной формы обучения, 1, 2 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
УК-4	Знать: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта.	Тест	Выполнение теста на 90- 100%	Выполнение теста на 80- 90%	Выполнение теста на 70- 80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь: прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

	<p>учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, коммуникации как вида деятельности с определёнными методами и навыками достижения планируемого эффекта, действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации.</p>					
	<p>Владеть: навыком гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.</p>	<p>Решение прикладных задач в конкретной предметной области</p>	<p>Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы</p>	<p>Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах</p>	<p>Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач</p>	<p>Задачи не решены</p>
ОПК-1	<p>Знать: базовые теории создания текстов рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Тест</p>	<p>Выполнение теста на 90- 100%</p>	<p>Выполнение теста на 80- 90%</p>	<p>Выполнение теста на 70- 80%</p>	<p>В тесте менее 70% правильных ответов</p>
	<p>Уметь: осуществлять взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства.</p>	<p>Решение стандартных практических задач</p>	<p>Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы</p>	<p>Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах</p>	<p>Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач</p>	<p>Задачи не решены</p>
	<p>Владеть: навыками литературного редактирования и копирайтинга; умением проводить под контролем коммуникационные мероприятия .</p>	<p>Решение прикладных задач в конкретной предметной области</p>	<p>Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы</p>	<p>Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах</p>	<p>Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач</p>	<p>Задачи не решены</p>

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Коммуникации соответствует определение:

- 1) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;
- 2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;
- 3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;
- 4) это средства доведения информации до целевой аудитории;
- 5) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении).

2. Контекст коммуникативного процесса соответствует:

- 1) системе построения коммуникативного процесса с учетом известных или близких для получателя компонентов сообщения;
- 2) системе построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик получателя сообщения: статуса, доходов, уровня образования и т.д.;
- 3) системе построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик получателя сообщения;
- 4) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении;
- 5) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении архетипических символов, образов, знаков.

3. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:

- 1) Ж. Деррида;
- 2) Ж. Бодрийяр;
- 3) М. Фуко;
- 4) У. Эко;
- 5) Ю. Лотман.

4. Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже:

- 1) письменность;
- 2) социальная дифференциация общества по принципу грамотность / неграмотность;
- 3) книгопечатание и полиграфическая революция;
- 4) урбанизация общества;
- 5) формирование национальных библиотек.

5. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики:

- 1) основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг;
- 2) целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации;
- 3) информационная модель является сбалансированной, т.е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации;
- 4) поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения;
- 5) примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламирование коммерческой организации, банка...

6. Коммуникантом является:

- 1) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио- и телепередач;
- 2) получатель сообщения в коммуникационном процессе;
- 3) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений;
- 4) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;
- 5) специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом.

7. Невербальными коммуникациями называют:

- 1) коммуникации посредством визуального текста;
- 2) коммуникации посредством устного слова;
- 3) коммуникации посредством жеста и слова;
- 4) коммуникации посредством письменной речи;
- 5) коммуникации посредством визуального и пластического текста.

8. Межличностной коммуникацией называют:

- 1) адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам;
- 2) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между группой и отдельным человеком, группой и группой;
- 3) коммуникацию, в которой принимает участие двое людей;
- 4) коммуникацию, осуществляемую между людьми с помощью различных средств, в том числе и масс-медиа;
- 5) коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»).

9. Какой исторический этап развития коммуникации в социуме характеризуется следующими чертами:

- 1) все члены общины выступают в роли и коммуникантов, и реципиентов;

- 2) для передачи смысловых сообщений используется четыре исходных канала;
- 3) никаких коммуникационных служб нет;
- 4) синкретичность (слитность) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных священнодействиях;
- 5) обожествление слова.

10. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

- 1) функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации;
- 2) это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение;
- 3) информационная модель является сбалансированной, т.е. стремится осуществить коррекцию взаимоотношений между организацией и ее общественностью. Но при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации;
- 4) исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т.е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации);
- 5) используется государственными учреждениями, общественно-политическими организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.

11. Гипертексту соответствует определение:

- 1) линейный способ создания сообщения, использующий знаки письменного сообщения;
- 2) нелинейный способ создания сообщения, использующий различные виды коммуникации (слово, картинку, звук и др.);
- 3) последовательность осмысленных высказываний, передающих информацию, объединенных общей темой;
- 4) гиперриторический способ построения сообщения, главная задача которого описание другого текста;
- 5) способ создания сообщения, состоящий в том, что текст строится из цитат и реминисценций к другим текстам.

12. Коммуникатором является:

- 1) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы;
- 2) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам;
- 3) лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио- и телепередач;
- 4) отправитель сообщения в коммуникационном процессе;
- 5) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и

выступлений.

13. Социокультурный подход к мифологической модели коммуникации как основе единства общества, «составной части человеческой цивилизации... матрице социального порядка и своду примеров нравственного поведения» характерен для:

- 1) К.Г. Юнга;
- 2) К. Леви-Строса;
- 3) Б. Малиновского;
- 4) Р. Барта;
- 5) А. Лосева.

14. В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:

- 1) восприятие изменения, т.е. готовности подчиниться точке зрения отправителя сообщения;
- 2) обеспечение надлежащей интерпретации;
- 3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;
- 4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;
- 5) обеспечение приема соответствующего сообщения.

15. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

- 1) основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т.д.) является основой коммуникативной деятельности;
- 2) это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации;
- 3) информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации;
- 4) исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу;
- 5) примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.

16. Аудиторией коммуникации является:

- 1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;
- 2) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом;
- 3) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;
- 4) группа людей, которые получают информационные обращения;
- 5) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

17. Представителем семиотики, предложившим ввести в классическую семиотическую модель коммуникации понятие «лексикодов», является:

- 1) Ю. Лотман;
- 2) К. Леви-Строс;
- 3) Р. Барт;
- 4) У. Эко;
- 5) Р. Якобсон.

18. Прагматика языка означает:

- 1) наука, изучающая соотношение между знаком и его смыслом;
- 2) наука, изучающая соотношение знаков друг с другом;
- 3) наука, изучающая соотношение знаков и их пользователей в конкретной коммуникативной ситуации;
- 4) наука, изучающая смысл коммуникативного сообщения, с точки зрения процессов управления;
- 5) наука, изучающая многозначность сообщения в конкретной коммуникативной ситуации.

19. Какую коммуникативную культуру определяют перечисленные особенности:

- 1) замена линейного текста нелинейным гипертекстом;
- 2) информационное общество;
- 3) проблема соотношения естественного и искусственного интеллектов (человек - компьютер);
- 4) социальная информация как ключевой экономический ресурс;
- 5) либерально-демократическая политическая ориентация общества.

20. Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики:

- 1) функция двусторонней симметричной модели заключается в установлении взаимопонимания между организацией и общественностью;
- 2) имеет двусторонний сбалансированный характер, корректируя взаимоотношения между организацией и влияющей на нее общественностью;
- 3) информационная модель стремится установить такие отношения, которые были бы приемлемыми для обеих сторон. Поэтому появляется новый принцип информационного взаимодействия: обе стороны воспринимаются как группы, достигшие взаимного соглашения;
- 4) оценочная природа исследований соотносится с серьезным анализом общественного мнения, результаты которого в значительной степени корректируют деятельность организации;
- 5) примерами реализации подобной модели PR могут быть бизнес-агентства, деятельность которых определяется государством.

21. Массовой коммуникацией можно называть:

- 1) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень;
- 2) взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень;
- 3) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень, и с использованием технических средств;

4) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой;

5) коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации.

22. Кодирование в коммуникационном процессе означает:

1) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов;

2) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов;

3) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов;

4) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов;

5) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью пластических символов или кодов.

23. Вербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста и пластики;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста.

24. Качественными характеристика источника сообщения являются:

1) статус, надежность, квалификация отправителя;

2) тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта;

3) статус, тема сообщения, квалификация отправителя;

4) тема сообщения, время обнародования сообщения, статус отправителя;

5) статус, тема сообщения и сила воздействия отправителя.

25. Инструктированию в коммуникативном процессе соответствует стадия:

1) обеспечение надлежащей интерпретации;

2) обеспечение приема соответствующего сообщения;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) восприятие изменения, т.е. готовности подчиниться т.з. отправителя сообщения.

26. Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»:

1) Ю. Лотман, Т. Тодоров;

2) П. Вайль, А. Генис;

3) Дж. Фиске, У. Эко;

4) Р. Ходж, Г. Кресс;

5) У. Эко, Р. Барт.

27. Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже

характеристиками:

- 1) массовость аудитории;
- 2) гетерогенность аудитории;
- 3) использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации;
- 4) быстрое распространение сообщений;
- 5) относительно небольшая потребительская стоимость информации.

28. Знак, план выражения который похож на план содержания, в теории коммуникации называют:

- 1) конвенциональным;
- 2) иконическим;
- 3) семантическим;
- 4) прагматическим;
- 5) индексальным.

29. Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:

- 1) процессы принятия решений аудитории, эмоциональный подъем, политические предпосылки;
- 2) возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений;
- 3) эмоциональный подъем, доминирование-подчинение, канал сообщения;
- 4) целевая аудитория, канал, контекст;
- 5) биографические данные, эмоциональный подъем аудитории, процессы принятия решений.

30. Коммуникация - это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлиц, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования:

- 1) привлечение внимания к данной коммуникации;
- 2) обеспечение приема соответствующего сообщения;
- 3) обеспечение надлежащей интерпретации;
- 4) обеспечение запоминания сообщения для его использования;
- 5) стимулирование активного обучения и получения практических навыков

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Массовой коммуникацией можно называть:

- 1) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень;
- 2) взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень;
- 3) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативных уровень, и с использованием технических средств;
- 4) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой;

5) коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации.

2. Кодирование в коммуникационном процессе означает:

1) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов;

2) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов;

3) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов;

4) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов;

5) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью пластических символов или кодов.

3. Вербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста и пластики;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста.

4. Качественными характеристика источника сообщения являются:

1) статус, надежность, квалификация отправителя;

2) тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта;

3) статус, тема сообщения, квалификация отправителя;

4) тема сообщения, время обнародования сообщения, статус отправителя;

5) статус, тема сообщения и сила воздействия отправителя.

5. Инструктированию в коммуникативном процессе соответствует стадия:

1) обеспечение надлежащей интерпретации;

2) обеспечение приема соответствующего сообщения;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) восприятие изменения, т.е. готовности подчиниться т.з. отправителя сообщения.

6. Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»:

1) Ю. Лотман, Т. Тодоров;

2) П. Вайль, А. Генис;

3) Дж. Фиске, У. Эко;

4) Р. Ходж, Г. Кресс;

5) У. Эко, Р. Барт.

7. Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже

характеристиками:

- 1) массовость аудитории;
 - 2) гетерогенность аудитории;
 - 3) использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации;
 - 4) быстрое распространение сообщений;
 - 5) относительно небольшая потребительская стоимость информации.
8. Знак, план выражения который похож на план содержания, в теории

коммуникации называют:

- 1) конвенциональным;
 - 2) иконическим;
 - 3) семантическим;
 - 4) прагматическим;
 - 5) индексальным.
9. Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:

- 1) процессы принятия решений аудитории, эмоциональный подъем, политические предпосылки;
- 2) возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений;
- 3) эмоциональный подъем, доминирование-подчинение, канал сообщения;
- 4) целевая аудитория, канал, контекст;
- 5) биографические данные, эмоциональный подъем аудитории, процессы принятия решений.

10. Коммуникация - это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлип, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования:

- 1) привлечение внимания к данной коммуникации;
- 2) обеспечение приема соответствующего сообщения;
- 3) обеспечение надлежащей интеграции;
- 4) обеспечение запоминания сообщения для его использования;
- 5) стимулирование активного обучения и получения практических навыков.

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Примерный перечень тем рефератов

1. Американское коммуникативное поведение.
2. Английское коммуникативное поведение.
3. Финское коммуникативное поведение.
4. Китайское коммуникативное поведение
5. Бельгийское коммуникативное поведение.
6. Немецкое коммуникативное поведение
7. Французское коммуникативное поведение.
8. Язык и субъект: вклад немецкой классической философии в изучение проблем коммуникации.

9. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
10. Информационная концепция коммуникации.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

Не предусмотрено учебным планом

7.2.5 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

1. Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.
2. Предмет и объект теории коммуникации. Междисциплинарный характер теории коммуникации.
3. Законы теории коммуникации.
4. Методы и функции теории коммуникации.
5. Коммуникация и общение.
6. Этапы развития теории коммуникации.
7. Современные концепции теории коммуникации.
8. Модели коммуникационного процесса.
9. Способы речевого воздействия.
10. Факторы, правила и приёмы речевого воздействия.
11. Понятие эффективной коммуникации.
12. Эффективность и «затратность» общения, коммуникативное равновесие.
13. Коммуникативные барьеры.
14. Вербальная коммуникация. Устно-речевая коммуникация. Свойства, виды. Функции.
15. Вербальная коммуникация. Письменно-речевая коммуникация. Свойства, виды, функции.
16. Различия устной и письменной коммуникации.
17. Понятие невербальной коммуникации. Виды невербальных сигналов.
18. Межличностная коммуникация.
19. Стратегии межличностного взаимодействия. Понятие «коммуникативный стиль».
20. Малая группа: понятие, отличительные черты.
21. Разновидности малых групп.
22. Коммуникативные структуры в малых группах.
23. Механизмы формирования групповой сплоченности.
24. Технология принятия группового решения.
25. Характеристика основных элементов системы открытой организации.
26. Внутренняя и внешняя среда организации.
27. Психологические типы коммуникативной личности.

28. Нисходящие и восходящие коммуникации. Их цели. Методы повышения эффективности восходящих коммуникаций.

29. Роль неформальных коммуникаций в организации.

30. Политическая коммуникация (общие положения).

31. Массовая коммуникация: определение, структура (общий обзор) и методы исследования.

32. Теории массовой коммуникации.

33. Функции массовой коммуникации.

34. Средства массовой информации и их структура.

35. Массовые аудитории (общая характеристика).

36. Эффективность массовой коммуникации.

37. Роль слушания в коммуникации.

38. Политическая коммуникация (общий обзор).

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Экзамен проводится по тест-билетам, каждый из которых содержит 2 вопроса. При проведении устного экзамена студенту предоставляется 40 минут на подготовку. Опрос обучающегося по билету на устном экзамене не должен превышать одного астрономического часа.

Во время проведения экзамена студенты могут пользоваться программой дисциплины, а также методическими указаниями и глоссарием.

1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент дал неправильные ответы на основные вопросы, допустил грубые ошибки в ответе, продемонстрировал непонимание сущности излагаемых вопросов; ответы на дополнительные вопросы были неуверенные и неточные.

2. Оценка «Удовлетворительно» ставится, если студент продемонстрировал знание и понимание основного программного материала, дал правильные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах.

3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент показал твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам, достаточно владеет материалами рекомендованной литературы.

4. Оценка «Отлично» ставится, если студент продемонстрировал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, твёрдое знание основных положений, дал логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, показал свободное владение материалами рекомендованной литературы.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Понятие и основные элементы коммуникации	УК-4, ОПК-1	Реферат. Контрольная работа. Тест. Экзамен.
2	Эволюция социальной коммуникации и современное информационно-коммуникативное общество	УК-4, ОПК-1	Реферат. Контрольная работа. Тест. Экзамен.
3	Процессно-информационный и семиотический подход к коммуникации	УК-4, ОПК-1	Реферат. Контрольная работа. Тест. Экзамен.
4	Типология социальной коммуникации	УК-4, ОПК-1	Реферат. Контрольная работа. Тест. Экзамен.
5	Коммуникативная среда и сферы коммуникации.	УК-4, ОПК-1	Реферат. Контрольная работа. Тест. Экзамен.
6	Понятие эффективной коммуникации	УК-4, ОПК-1	Реферат. Контрольная работа. Тест. Экзамен.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Венедиктова Т.Д. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433572> (дата обращения: 16.01.2022).

2. Анпилогова, Л.В. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Кудашова; Л.В. Анпилогова. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 206 с. - ISBN 978-5-7410-1459-2.

URL: <http://www.iprbookshop.ru/61412.html>

3. Шаповалова, Н. Г. Основы теории коммуникации: начальный курс [Электронный ресурс] : Учебно-методическое пособие / Н. Г. Шаповалова, Е. В. Старостина. - Саратов : Вузовское образование, 2018. - 81 с. - ISBN 978-5-4487-0210-5.

URL: <http://www.iprbookshop.ru/74286.html>

4. Кузнецова, Е.В. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Е.В. Кузнецова. - Саратов : Вузовское образование, 2017. - 180 с. - ISBN 978-5-906172-24-2.

URL: <http://www.iprbookshop.ru/61079.html>

5. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. - Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 104 с. - ISBN 978-5-7731-0503-9.

6. 78-2020 Организация контактной работы преподавателей и студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 12 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова_Методические рекомендации по контактной работе.pdf.

7. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с

общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова Метод. рек. по самост. работе студ..pdf.

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

- Microsoft Office Word 2013/2007

- Microsoft Office Excel 2013/2007

- Microsoft Office Power Point 2013/2007

- Acrobat Professional 11.0 MLP

- ABBYY FineReader 9.0

1. Интернет-издание Lenta.Ru, <http://www.lenta.ru>.

2. Информационно-аналитический портал E-executive.Ru, <http://www.e-executive.ru>.

3. Информационный лингвистический портал Текстология-Ру, <http://www.textology.ru>.

4. Информационный канал SUBSCRIBE.RU <http://www.subscribe.ru>.

5. Московский Центр Интернет-образования <http://center.fio.ru>

6. Научно-популярный Интернет-журнал Мембрана <http://www.membrana.ru>.

7. Официальный сайт Центра развития Информационного общества в России, <http://www.riocenter.ru/>

8. Официальный сайт филологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, <http://www.philol.msu.ru197>.

9. Официальный сайт агентства общественных коммуникаций ИмиджЛэнд <http://www.imageland.ru>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер с Microsoft Office 2007, проектор, экран переносной напольный, презентации в системе Power Point, банк тестов по курсу).

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» читаются лекции, проводятся практические занятия.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых

излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

Практические занятия направлены на приобретение практических навыков прогнозирования сценариев коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям. Занятия проводятся путем решения конкретных задач в аудитории.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: <ul style="list-style-type: none"> - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед экзаменом, экзаменом, экзаменом, экзаменом три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.