

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 17:26:51
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Основы теории коммуникации

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 2 курса очной формы обучения

Составитель: канд. филол. наук, доцент Смелова М.В.

канд. филол. Наук Иванова И.Е.

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является: познакомить студентов с теоретическими и практическими основами теории коммуникации

Задачами освоения дисциплины являются:

- рассмотреть понятие коммуникации и массовой коммуникации;
- содержание коммуникативного процесса;
- изучить существующие модели коммуникации;
- определить основные виды коммуникации и их специфику;
- рассмотреть методы исследования массовой коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в блок обязательных дисциплин учебного плана ООП 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Потребность в освоении данного курса обусловлена ведущей спецификой коммуникационной деятельности, что связывает дисциплину с остальными дисциплинами общепрофессиональной и профессиональной части ООП. В структуре ООП бакалавриата дисциплина опирается на компетенции, получаемые студентами в дисциплинах: «История (история России, всеобщая история)», «Философия», «Культурология», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика рекламы». Содержательно она дает теоретическое и методологическое (модельное) обоснование тем знаниям, которые студенты осваивают в следующих курсах дисциплин («Теория и практика PR», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Внемедийные коммуникации», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» и др.). Для успешного освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» обучающемуся необходим уровень начальной подготовки, связанный с

освоением знаний дисциплин, формирующих универсальные и общепрофессиональные компетенции и формированием умений, связанных с наработкой компетенций:

- Иметь представление о содержании понятия «коммуникация», «информация», «массовая информация»;
- Знать основные механизмы взаимодействия коммуникатора и коммуниканта, осуществления коммуникативного акта.

3. Объем дисциплины:

Объем дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 34 часа, практические занятия 17 часов,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

самостоятельная работа: 30 часов, в том числе контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Начальный этап УК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии

<p>ОПК-5. Способен 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</p>	<p>Начальный этап ОПК-5.1. Идентифицирует совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях 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>
--	---

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен, 3 семестр.

6. Язык преподавания русский.

II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Семинарские занятия	Контроль самостоятельной работы	
1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации.	5	2		1	2
2. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации.	7	2	1	2	2
3. Коммуникация в структуре человеческой цивилизации.	5	2		1	2
4. Коммуникационный процесс.	7	2	1	2	2
5. Прикладные модели коммуникации.	10	4	2	2	2
6. Виды коммуникации.	6	2		2	2
7. Устноречевая вербальная коммуникация.	8	2	2	2	2

8.Письменноречевая коммуникация. Свойства, виды и функции.	8	2	2	2	2
9. Невербальная коммуникация.	6	2	1	1	2
10. Уровни коммуникации.	7	2	1	2	2
11. Массовая и межличностная коммуникация.	8	2	2	2	2
12. Методы анализа массовой коммуникации.	7	2	1	2	2
13. Коммуникация в сфере PR.	8	2	2	2	2
14. Кризисные коммуникации.	7	2	1	2	2
15. Международные коммуникации.	9	4	1	2	2
ИТОГО:	108	34	17	27	30

III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации.	Лекция	Традиционная лекция
2. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации.	Лекция Семинарское занятие	Традиционная лекция Семинарское занятие
3. Коммуникация в структуре человеческой цивилизации.	Лекция	Традиционная лекция
4. Коммуникационный процесс.	Лекция Семинарское занятие	Лекция-беседа Семинар-беседа
5. Прикладные модели коммуникации.	Лекция Семинарское занятие	Проблемная лекция Фасилитированная дискуссия
6. Виды коммуникации.	Лекция	Проблемная лекция
7. Устноречевая вербальная коммуникация.	Лекция Семинарское занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
8. Письменноречевая коммуникация. Свойства, виды и функции.	Лекция Семинарское занятие	Традиционная лекция Семинар-дискуссия
9. Невербальная коммуникация.	Лекция Семинарское занятие	Проблемная лекция Информационные технологии

10. Уровни коммуникации.	Лекция Семинарское занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
11. Массовая и межличностная коммуникация.	Лекция Семинарское занятие	Проблемная лекция Информационные технологии
12. Методы анализа массовой коммуникации.	Лекция Семинарское занятие	Традиционная лекция Информационные технологии
13. Коммуникация в сфере PR.	Лекция Семинарское занятие	Проблемная лекция Проектные технологии
14. Кризисные коммуникации.	Лекция Семинарское занятие	Проблемная лекция Проектные технологии
15. Международные коммуникации.	Лекция Семинарское занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

1. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 1

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
Начальный этап УК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии	Устный ответ на тему: Тема 4. Коммуникационный процесс. Вопросы. 1. Коммуникационный процесс. Элементы коммуникационного процесса. 2. Коммуникативные барьеры: барьеры, обусловленные факторами среды; технические барьеры;	-Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 2 балла -Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 1 балл -Терминологический аппарат непосредственно не связан с

	<p>психофизиологические барьеры; социокультурные барьеры.</p>	<p>раскрываемой темой – 0 баллов -Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла -Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл -Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов -Ответ характеризуется композиционной цельностью, соблюдена логическая последовательность, поддерживается равномерный темп на протяжении всего ответа – 2 балла - Ответ характеризуется композиционной цельностью, есть нарушения последовательности, большое количество неоправданных пауз – 1 балл -Не прослеживается логика, мысль не развивается – 0 баллов Допущена одна речевая ошибка– 2 балла -Допущено несколько речевых ошибок, не мешающих пониманию смысла– 1 балл -Допущены многочисленные речевые ошибки, затрудняющие понимание смысла сказанного– 0 баллов</p>
	<p>Устный ответ Тема 15. Международные коммуникации. Вопросы. 1. Международные коммуникации как объект исследования. 2. Международные коммуникативные потоки. 3. Теория переговоров. 4. Принудительная дипломатия. 5. Межкультурная коммуникация.</p>	<p>-Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 2 балла -Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 1 балл -Терминологический аппарат непосредственно не связан с раскрываемой темой – 0 баллов -Факты и примеры в полном</p>

		<p>объеме обосновывают выводы – 2 балла</p> <p>-Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл</p> <p>-Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов</p> <p>-Ответ характеризуется композиционной цельностью, соблюдена логическая последовательность, поддерживается равномерный темп на протяжении всего ответа – 2 балла</p> <p>-Ответ характеризуется композиционной цельностью, есть нарушения последовательности, большое количество неоправданных пауз – 1 балл</p> <p>-Не прослеживается логика, мысль не развивается – 0 баллов</p> <p>-Допущено несколько речевых ошибок, не мешающих пониманию смысла – 1 балл</p> <p>-Допущены многочисленные речевые ошибки, затрудняющие понимание смысла сказанного – 0 баллов</p>
--	--	--

2. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 2

ОПК-5. Способен 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

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
---	--	--

<p>Начальный этап ОПК-5.1. Идентифицирует совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Работа с кейсами Кейс 1 «Типичные ошибки в организации внутрикорпоративных коммуникаций» К празднику завод «Верфь» купил продуктовые наборы в качестве подарка работникам. Однако продуктовые наборы оказались просроченными, в них кроме продуктов находились рекламные материалы предположительно на китайском языке. У сотрудников возникли опасения, что продукты пророчены или не прошли стандартных процедур сертификации. Задания для обсуждения: 1. Сформулируйте коммуникативные решения, которые помогут восстановить лояльность персонала 2. Сформулируйте основные идеи для информационного сообщения руководству завода. 3. Предложите каналы распространения для информационного сообщения работникам.</p>	<p>-частично умеет выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов рекламных кампаний и коммуникационных программ (удовлетворительно / 4 балла) - умеет выполнять базовые аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов рекламных кампаний и коммуникационных программ (хорошо/ 7 баллов) - умеет выполнять комплексные полные аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов рекламных кампаний и коммуникационных программ (отлично/10 баллов)</p>
<p>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>	<p>Творческая (письменная) работа Определить каналы размещения рекламы и оценить их эффективность (на примере рекламной коммуникации «Бургер Кинг»).</p>	<p>-частично умеет выполнять аналитические и работы при подготовке концепций, планов рекламных кампаний и коммуникационных программ (удовлетворительно / 4 балла) - умеет выполнять базовые аналитические и работы при подготовке концепций, планов рекламных кампаний и коммуникационных программ (хорошо/ 7 баллов) - умеет выполнять комплексные полные аналитические работы при подготовке</p>

		концепций, планов рекламных кампаний и коммуникационных программ (отлично/10 баллов)
--	--	--

Оценочные материалы для проверки сформированности компетенций

Компетенция УК-5

Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Задания закрытого типа

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	Модель Шеннона-Уивера принято называть: а) семантической; б) технической; в) математической	в) математической	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
2	Коммуникационные барьеры возникают: а) в ходе любой коммуникации б) в ходе межкультурной коммуникации в) только в условиях маркетинговой коммуникации	а) в ходе любой коммуникации	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).

Задания открытого типа

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	К коммуникативным барьерам принято относить _____	лингвистические, психологические, лингво-психологические.	Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться. Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).
2	Под межкультурной коммуникацией принято понимать _____такой вид коммуникации, в	Выполнено – ответы содержательно соответствуют

		котором отправитель и получатель принадлежат к разным культурам	правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться. Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).
--	--	--	--

Компетенция ОПК-5

Способен 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

Задания закрытого типа

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	Информационно-правовое пространство формируется: а) в определённый период исторического развития; б) по мере необходимости; в) перманентно.	в) перманентно	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
2	В профессиональном общении представитель рекламного агентства должен проявлять качества: а) коммуникативной личности б) языковой личности в) коммуникативной и языковой личности	в) коммуникативной и языковой личности	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
3	Этическая и правовая норма в медиарекламе а) никак не связаны между собой; б) противостоят друг другу; в) тесно связаны друг с другом, но в то же время имеют ряд серьёзных различий.	в) тесно связаны друг с другом, но в то же время имеют ряд серьёзных различий	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
4	Манипуляция в рекламе это: а) формирование интереса к определённому товару; б) навязывание моделей потребления; в) скрытое воздействие на аудиторию с целью, известной только манипулятору.	в) скрытое воздействие на аудиторию с целью, известной только манипулятору	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
5	Использование в газетной рекламе такого элемента теории массовой коммуникации, как «динамика», предполагает:	а) многократное размещение рекламных сообщений одного и	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).

	<p>а) многократное размещение рекламных сообщений одного и того же вида с заданной периодичностью;</p> <p>б) соблюдение принципа выделения крупных, заметных заголовков;</p> <p>в) применение изображений, создающих иллюзию движения, содержащих элементы необычного ракурса, «смазанности».</p>	того же вида с заданной периодичностью.	Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
6	<p>Как называется установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем:</p> <p>а) директ-маркетинг</p> <p>б) сейлз-промоушн</p> <p>в) таргетинг</p>	а) директ-маркетинг	<p>Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p>Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>

Задания открытого типа

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	Под маркетинговой коммуникацией принято понимать ____	процессы передачи и контакта информации о продукте и/или бренде с внешней средой (целевой аудиторией, партнерами, поставщиками, и т.д.).	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
2	Под структурой маркетинговых коммуникаций следует понимать _____	паблик рилейшнз, рекламу, личные продажи, продвижение продаж.	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
3	Под рекламой как особым видом коммуникации следует понимать _____	специфический тип коммуникации между рекламодателем и рекламополучателем, задаваемый в социальных пространствах различной мощности (от одного к многим, от	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют</p>

		многих к многим и т.д.) с целью решения задач рекламодателя	правильным ответами (ключам).
4	К составляющим маркетинговых коммуникаций принято относить:	<ul style="list-style-type: none"> • процесс убеждения и информирования потребителей; • стратегические цели маркетинговых отношений; • места предполагаемых контактов; • участников маркетингового процесса; • различные типы взаимодействия, маркетинговые коммуникационные обращения 	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
5	Основной закон, регулирующий рекламную деятельность в РФ называется _____	Федеральный Закон о рекламе	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
6	Под эффектами коммуникации принято понимать _____	последствия коммуникации, выраженные в изменении внутреннего состояния субъектов коммуникационного процесса, в их взаимоотношениях или в их действиях	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>

Планы и методические указания по подготовке к семинарским занятиям.

Тема 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации.

Вопросы.

1. Понятие коммуникации. Значения понятия «коммуникация».
2. Междисциплинарный характер теории коммуникации.
3. Методы теории коммуникации. Общенаучные и частнонаучные методы.
4. Коммуникация и общение. Подходы к разрешению проблемы взаимосвязи понятий «коммуникация» и «общение».

Тема 2. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации.

Вопросы.

1. Проблемы коммуникации в социальной философии.
2. Коммуникация в античности. Процесс «персонализации индивида». Коммуникация в эпоху Возрождения и Нового времени.
3. Философская традиция изучения коммуникации. Герменевтика. Неопозитивизм. Лингвистическая философия. Критическая философия.
4. Технократические подходы к изучению коммуникации.
5. Математическая теория коммуникации.

Тема 3. Коммуникация в структуре человеческой цивилизации.

Вопросы.

1. Коммуникация как процесс. Перекодировка информации.
2. Изменение роли коммуникации в информационном обществе.
3. Общие характеристики коммуникации.
4. Модель коммуникации с точки зрения публичных отношений, рекламы и пропаганды.

Тема 4. Коммуникационный процесс.

Вопросы.

3. Коммуникационный процесс. Элементы коммуникационного процесса.
4. Коммуникативные барьеры: барьеры, обусловленные факторами среды; технические барьеры; психофизиологические барьеры; социокультурные барьеры.

Тема 5. Прикладные модели коммуникации.

1. Модель Клода Шеннона (математическая).
2. Модель Норберта Винера (кибернетическая).

3. Модель Теодора Ньюкомба (социально-психологическая).
4. Модель Оле Хольсти (контент-анализ).
5. Модель Вашингтона Плэтта (разведывательная).
6. Модель Уильяма Юри (конфликтологическая).
7. Модель Аристотеля.
8. Модель Лассуэлла.
9. Модель М. де Флера.
10. Циркулярная модель коммуникации.
11. Двухканальная модель речевой коммуникации.
12. Модель двухступенчатой коммуникации.
13. Модель ИСКП.
14. Мозаичная модель Л. Бейкера.

Тема 6. Виды коммуникации.

Вопросы.

1. Коммуникативное пространство.
2. Визуальная коммуникация.
3. Перформансная коммуникация.
4. Мифологическая коммуникация.
5. Художественная коммуникация.
6. Взаимодействие мифологических, политических, литературных, культурных сообщений в рамках коммуникативного пространства.

Тема 7. Устноречевая вербальная коммуникация.

Вопросы.

1. Функции речи. Основная модель передачи информации с точки зрения вербальной коммуникации. Избыточность информации.
2. Формы речевой коммуникации. Методы изложения материала при вербальной коммуникации.
3. Речевая ситуация.
4. Говорение как вид устноречевой коммуникации. Уровни структуры и содержания.

5. Слушание как вид коммуникации. Обратная связь.

Тема 8. Письменноречевая коммуникация. Свойства, виды и функции.

Вопросы.

1. Условия протекания письменной речи. Механизмы порождения текстов.
2. Функции письменноречевой коммуникации. Типы письменных высказываний.
3. Чтение как вид речевой деятельности. Стратегия чтения.
4. Речевое воздействие письменной коммуникации.

Тема 9. Невербальная коммуникация.

Вопросы.

1. Определение невербальной коммуникации.
2. Кинестетика. Соотношения между речевым и неречевым сообщением. Пара- и экстралингвистические компоненты невербальной коммуникации.
3. Мимика и взгляд. Жесты. Позы и походка. Контакт глаз.

Тема 10. Уровни коммуникации.

Вопросы.

1. Понятие межличностной коммуникации. Понятие коммуникативной компетентности. Аксиомы межличностной коммуникации.
2. Стратегии межличностного взаимодействия.
3. Типы жизненных установок. Коммуникативные стили. Шкала уровней установок на взаимодействие в межличностном общении.
4. Эффективное слушание. Эмпатическое слушание.

Тема 11. Массовая и межличностная коммуникация.

Вопросы.

1. Определение понятия массовой коммуникации. Характеристики массовой коммуникации.
2. Основные различия массовой и межличностной коммуникации.
3. Исследование проблем массовой коммуникации.
4. Теории массовой коммуникации. Теория «информационного общества».

5. Структура массовой коммуникации. Этапы продвижения сообщения в СМК. Модели контроля за СМК.
6. Массовая информация. Средства передачи массовой информации. Функции массовой информации.
7. Функции массовой коммуникации.
8. Эффективность массовой коммуникации.

Тема 12. Методы анализа массовой коммуникации.

Вопросы.

1. Условия развития коммуникативных процессов для использования контент-анализа. Контент-анализ как важный инструмент PR. Преимущества контент-анализа.
2. Пропагандистский анализ. Две модели пропагандистской коммуникации: модель искривлённого источника; модель легитимизации источника. Схема пропагандистского анализа.
3. Специальные техники пропаганды.
4. Анализ слухов. Слух как коммуникативная единица. Коммуникативные характеристики слуха.
5. Слух как самотранслируемое сообщение. Эффективность слуха.

Тема 13. Коммуникация в сфере PR.

Вопросы.

1. PR как коммуникативная дисциплина.
2. PR в системе общественных отношений.
3. Функции PR.
4. Коммуникативная кампания в области PR.
5. Этапы PR как коммуникативного процесса. Элементы PR-кампании.
6. Модель PR Фрэнка Джефкинса.
7. Правила работы с прессой.
8. Пресс-конференция.
9. Письмо в редакцию.
10. Пресс-релиз.

11. Выступление по радио. Выступление по телевидению.

12. Написание речей.

Тема 14. Кризисные коммуникации.

Вопросы.

1. Аспекты кризисной ситуации. Проблемы организации устранения кризисных ситуаций. Классификация кризисов.
2. Кризисная PR-программа.
3. Типичные ошибки при столкновении с кризисом.
4. Особенности кризисных коммуникаций. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.

Тема 15. Международные коммуникации.

Вопросы.

6. Международные коммуникации как объект исследования.
7. Международные коммуникативные потоки.
8. Теория переговоров.
9. Принудительная дипломатия.
10. Межкультурная коммуникация.

Темы письменных работ

1. Понятие коммуникации в современном обществе.
2. Социальные функции массовой коммуникации.
3. Типы средств коммуникации.
4. Теоретические модели коммуникации (Ю. Лотмана, Р. Якобсона и др.).
5. Прикладные модели коммуникации и специфика их использования.
6. Модели массовой коммуникации, подходы к их образованию.
7. Взаимодействие массовой культуры и массовой коммуникации.
8. Понятие коммуникативного пространства и элементов его составляющих.
9. Средства массовой коммуникации и их функции: место рекламы.
10. Социология массовой коммуникации: понятие, характерные черты.

11. Функции СМК: уровень общества, уровень группы, уровень личности.
12. Виды массовой коммуникации: визуальная, вербальная, перформансная, мифологическая, художественная.
13. Средства массовой информации как элементы мифологизации сообщений.
14. Методы воздействия на потребителя информации: потребностные мифологии, мифологические аргументации, бизнес-ритуалы.
15. Контент-анализ как инструмент анализа массовой коммуникации.
16. Коммуникативные характеристики слуха.
17. PR как коммуникативная дисциплина.
18. Взаимоотношения со средствами массовой информации.
19. Дискурсивный анализ материалов массовой коммуникации.
20. Политическая коммуникация в современном обществе: СМК, политическая деятельность партий и движений.
21. Роль политической рекламы.
22. Эффекты и эффективность деятельности СМК.
23. Система маркетинговых коммуникаций как составляющая СМК.
24. Структура системы маркетинговых коммуникаций.
25. Неформальные вербальные маркетинговые коммуникации: понятие, составные элементы.
26. Концепция интегрированной маркетинговой коммуникации: определение, факторы, основные типы клиентурного рынка.
27. Особенности рекламной коммуникации
28. Выбор канала размещения рекламы в целевом маркетинге
29. Выбор каналов распространения рекламы и конкретных носителей для размещения в них рекламы товара

Темы творческих работ

Тема 1. Теоретические концепции коммуникации

Творческое задание 1:

1. Составьте интеллектуальную карту или таблицу по основным теоретическим подходам к коммуникации (см. Табл. 1)

2. Разработайте кейс: «Анализ коммуникации с точки зрения одного из приведенных подходов»

Таблица 1. Теоретические концепции коммуникации

Подход / Концепция	Авторы (гг жизни)	Основные идеи	Ключевые термины

Тема 2. Коммуникации как система

Творческое задание 2:

1. Составьте схему видов коммуникативных систем и уровней коммуникации

Тема 3. Типология коммуникации

Творческое задание 3:

1. Построить схему, таблицу или интеллект-карту полной типологии коммуникации (прим. табл. см. Табл. 2)

Таблица 2. Типология коммуникации

Основание типологии	Виды коммуникации	Характеристика

Тема 4. Модели коммуникационных процессов

Творческое задание 4:

1. Составьте схему видов коммуникативных систем и уровней коммуникации

Тема 5. Семиотика коммуникации

Творческое задание 5:

1. Составьте схему видов коммуникативных систем и уровней коммуникации

2. Доклад: «Использование символического знака в рекламе»; «Роль семиотики в социальной рекламе»

Тема 6. Вербальные коммуникации

Творческое задание 6:

1. Составьте схему видов коммуникативных систем и уровней коммуникации
2. Напишите автобиографию «Я – 10 лет спустя»
3. Составьте критерии оценки устного доклада, письменной работы (реферата) и презентации

Тема 7. Невербальная коммуникация (паралингвистический уровень коммуникации)

Творческое задание: 1. Составьте карту жестов (по видам) невербальной коммуникации (сравните межкультурные особенности невербальных средств коммуникации)

Тема 8. Синтетический уровень коммуникации

Творческое задание:

1. Составьте схему видов коммуникативных систем и уровней коммуникации
2. Семантический анализ любовной линии в фильме «Мастер и Маргарита»
3. Семантический анализ мистической и социальной линии в фильме «Мастер и Маргарита» (можно предложить собственную тему и фильм)

Тема 9. Субъекты коммуникации

Творческое задание:

1. Составьте схему видов коммуникативных систем и уровней коммуникации
2. Разработайте или подберите кейс (или кейсы) для формирования и оценки профессионально-значимых компетенций специалиста по коммуникациям.

Тема 10. Внутрличностная и межличностная коммуникация

Творческое задание:

1. Составьте интеллект карту «Основные правила самопрезентации»
2. Доклад-презентация: «Техника составления эффективного резюме»
3. Доклад-презентация: «Персональный имидж как часть эффективной коммуникации»
4. Доклад-презентация: «Гендерные особенности межличностной коммуникации».

Тема 11. Групповая коммуникация

Творческое задание:

1. Составьте схему видов коммуникативных систем и уровней коммуникации в группе
2. Составьте кейс для разных методов групповой генерации идей.

Тема 12. Организационные коммуникации

Творческое задание: Подготовьте доклад на тему:

1. Роль имиджа компании в интеграции организационных коммуникаций (на реальных примерах)
2. «Веб-сайт – эффективный инструмент внутренних и внешних организационных коммуникаций»
3. «Брендинг – эффективный инструмент внутренних и внешних организационных коммуникаций»
4. «Особенности коммуникационных структур в виртуальных организациях».

Тема 13. Основы массовой коммуникации

Творческое задание:

1. Составьте таблицу: «Сравнительный анализ межличностной, массовой и интернет-коммуникации» (см. прим. Табл. 1.)

2. Доклад-реферат по книге: «Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция, 1996»

Таблица 1. Сравнительный анализ межличностной, массовой и интернет-коммуникации

Критерии сравнения	Межличностная коммуникация	Массовая коммуникация	Интернет-коммуникация
--------------------	----------------------------	-----------------------	-----------------------

Тема 14. Межкультурные коммуникации

Творческое задание:

1. Составьте сравнительную таблицу модальностей, стереотипов и пред рассудков относительно различных культур (по выбору)
2. Составьте схему «культурных» знаков невербальной коммуникации (на выбор).

Тема 15. Конкретные (специализированные) методы исследования социальной коммуникации

Творческое задание:

1. Составьте сравнительную таблицу «Методы исследования социальной коммуникации».

Задания для самостоятельной работы

1. Средства массовой коммуникации в жизни индивида.
2. Функции прессы как отражение реальных потребностей социальных институтов и аудитории.
3. Политическая реклама как способ формирования общественного мнения.
4. Разветвленность информационной сети в современном обществе и стратегия коммуникатора в этих условиях.
5. Интернет как информационное пространство.
6. Интерес современного бизнеса к изучению прессы.

7. Каналы размещения рекламы и оценка их эффективности.
8. Анализ возможностей телевидения (радио, газет, журналов) как средства эффективной коммуникации.
9. Выбор канала размещения рекламы в целевом маркетинге.
10. Сегментирование при выборе целевой аудитории коммуникации.
11. Влияние процессов глобализации на массовые коммуникации.

Кейсы

Кейс 1 «Типичные ошибки в организации внутрикорпоративных коммуникаций»

К празднику завод “Верфь” купил продуктовые наборы в качестве подарка работникам. Однако продуктовые наборы оказались просроченными, в них кроме продуктов находились рекламные материалы предположительно на китайском языке. У сотрудников возникли опасения, что продукты просрочены или не прошли стандартных процедур сертификации.

Задания для обсуждения:

4. Сформулируйте коммуникативные решения, которые помогут восстановить лояльность персонала
5. Сформулируйте основные идеи для информационного сообщения руководству завода.
6. Предложите каналы распространения для информационного сообщения работникам.

Кейс 2. Развитие навыков коммуникации «Парадигмы и синтагмы»

Противопоставление парадигматических и синтагматических связей было введено Ф. де Соссюром, и оно оказалось весьма плодотворным для анализа коммуникаций. **Парадигма** – это множество ассоциированных знаков, все из которых являются членами некоторой определенной категории, но в которой каждый знак является значимо отличающимся от других. Например, падежные формы:

посылаю хлеб — вин. п.

посылаю хлеба — род. п.

посылаю отцу — дат. п.

посылаю почтой — тв. п.

посылаю на самолете — предл. п.

Сочетания словоформ (т. е. грамматических форм слов), сочетания морфем, сочетания частей предложения, сочетания слов — это синтагмы. **Синтагма** есть правильная комбинация взаимодействующих знаков, формирующая осмысленное целое (нечто, называемое “цепью”). Например, нельзя сказать «Дай мне белый бумагу», только: *белую бумагу*. Параграфы и главы также являются синтагмами. Синтагмы создаются посредством выбора парадигм из тех, которые конвенционально отнесены как уместные или приемлемые, или которые могут требоваться некоторым правилом системы (например, грамматикой). На фотографии или в живописи синтагматические отношения являются пространственными.



Рис 1. Кадр из видео-обзора курса Фердинанда де Соссюра

Задания для обсуждения:

- Проанализируйте примеры и эффективность использования парадигм в межличностной и/или массовой коммуникации.
- Проанализируйте примеры и эффективность использования синтагм в межличностной и/или массовой коммуникации.

Кейс 4 «Модели коммуникации»

Посмотрите видеозапись и ответьте на вопросы:

Видеозапись Market Services “9 моделей коммуникаций” (по ссылке)

<http://planiruiuspeh.ru/%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D1%81-4-%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8/>

Задания для обсуждения:

- Дайте краткую характеристику каждой из представленных моделей
- Дайте свою оценку предложенным моделям.

- Сформулируйте свое определение эффективной коммуникации.

Кейс 3 «Правила организации внутрикорпоративных коммуникаций»

Просмотрите видеозапись и ответьте на вопросы.

<http://planiruiuspeh.ru/%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D1%81-3-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B0-%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8-%D0%B2%D0%BD%D1%83%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D1%80/>

Видеозапись круглого стола “Три правила управления коммуникациями компании” (продолжительность 2 мин)

Эксперты:

Игорь Денисов, Генеральный директор, Русская масложировая компания
Елена Кудряшова, Руководитель службы внутрикорпоративных коммуникаций, ВымпелКом
Татьяна Мамышева, Независимый эксперт
Галина Погодина, HR менеджер по России и Восточной Европе, Iveco SpA

Задания для обсуждения:

- Дайте краткую характеристику мнения каждого эксперта
- Дайте свою оценку предложенным рекомендациям.
- Сформулируйте правила организации внутрикорпоративных коммуникаций для своей компании.

Кейс №4. Разработайте видеокейс: на основе элемента сюжета художественного фильма представьте конкретную коммуникативную ситуацию для разбора в группе по поводу использования вербальных и невербальных эффектов, манипулятивных техник, конфликтных диалогов. Предложите Ваш вариант решения кейса.

Кейс №5. Сделайте подборку фотоматериалов, не связанных между собой по смыслу и напишите свой рассказ-иллюстратор для данных фото в определенном жанре.

Критерии и шкала оценивания. Оценивание практических заданий проводится по 4-х бальной шкале:

3 балла ставится если студент:

– владеет научной терминологией;

– описывает по правилам коммуникативную ситуацию, умеет выделить коммуникативные эффекты и прогнозировать развитие ситуации, разработать стратегию достижения позитивного результата;

– подбирает аргументы адекватные поставленной задаче;

– учитывает демографические, психологические и культурные особенности аудитории.

2 балла ставится если студент:

– владеет научной терминологией;

– учитывает демографические, психологические и культурные особенности аудитории;

– способен описать некоторые коммуникативные эффекты кейса, при помощи наводящих вопросов способен спрогнозировать результат той или иной коммуникативной ситуации;

1 балл ставится если студент:

– учитывает демографические, психологические и культурные особенности аудитории;

– при использовании научной терминологии, формулировке элементов программы и методов допускает существенные ошибки.

0 баллов ставится если студент

– не учитывает демографические, психологические и культурные особенности аудитории;

– не может сформулировать и описать элементы программы анализа кейса,

– не владеет терминологией;

– не способен подобрать аргументы адекватные поставленной задаче.

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1) Рекомендуемая литература

Основная литература:

Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд., перераб. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 488 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02089-6. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819)

Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044)

Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-

5-238-01742-6 . -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719)

Дополнительная литература:

Бузин В. Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785)

2) Программное обеспечение

а) Лицензионное программное обеспечение

KasperskyEndpointSecurity 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.

MicrosoftOffice профессиональный плюс 2013 - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

MicrosoftWindows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

б) Свободно распространяемое программное обеспечение

AdobeAcrobatReader DC – бесплатно

GIMP 2.6.12-2 – бесплатно

GlassFishServerOpenSourceEdition 4.1.1 – бесплатно

GoogleChrome – бесплатно

NetBeans IDE – бесплатно

SmartGit – бесплатно

WinDjView 2.0.2 - бесплатно

3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «ZNANIUM.COM» - www.znanium.com

2. ЭБС «ЮРАИТ» - www.biblio-online.ru

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>

4. ЭБС IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/>

5. ЭБС «Лань» - <http://e.lanbook.com>

6. ЭБС BOOK.ru - <https://www.book.ru/>

7. ЭБС ТвГУ - <http://megapro.tversu.ru/megapro/Web>
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?
9. Репозиторий ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru>
10. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>
11. Журналы издательства Taylor&Francis - <http://tandfonline.com/>
12. Патентная база компании QUESTEL- ORBIT - <https://www.orbit.com/>
13. INSPEC EBSCO Publishing - <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/basic?sid=e7fb50ae1091-42b7-9d26-43e3a1eb4f4d%40sessionmgr102&vid=0&hid=107>
14. БД Scopus - <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>
15. БД Web of Science - http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=
16. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда - <http://lib.myilibrary.com/Browse.aspx>
17. Архивы журналов издательства Oxford University Press - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
18. Архивы журналов издательства Sage Publication - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
19. Архивы журналов издательства Annual Reviews - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
20. Polpred.com Обзор СМИ - <http://www.polpred.com/>
21. СПС Консультант Плюс - (в сети ТвГУ)
22. ИПС «Законодательство России» - <http://pravo.fso.gov.ru/ips.html>
23. Сводные каталоги фондов российских библиотек АРБИКОН, МАРС - <http://arbicon.ru/>
24. Сводные каталоги фондов российских библиотек КОРБИС - <http://corbis.tverlib.ru/catalog/>.

4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

<http://www.russcomm.ru/index.shtml> - Российская коммуникативная ассоциация

<http://www.communicology.us/> - Коммуникология. Международный научный журнал

http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/koneck/01.php - В. Конечкая. Социология коммуникаций. – Библиотека Гумер

http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Pochep/01.php - Почепцов Г. Теория и практика коммуникации (от речей президентов до переговоров с террористами). – Библиотека Гумер

<http://www.countries.ru/library/intercult/kashkin.htm> - Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учебное пособие.- Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – Портал «Культурология»

<http://www.eartist.narod.ru/text16/071.htm> - Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации.

<http://grachev62.narod.ru/catalog.htm> - Библиотека М.Грачева

VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Понятие коммуникации. Значения понятия «коммуникация».
2. Междисциплинарный характер теории коммуникации.
3. Коммуникация и общение. Подходы к разрешению проблемы взаимосвязи понятий «коммуникация» и «общение».
4. Варианты отношений участников коммуникации.
5. Развитие технических средств коммуникации.
6. Проблемы коммуникации в социальной философии. Коммуникация в античности. Процесс «персонализации индивида». Коммуникация в эпоху Возрождения и Нового времени.
7. Философская традиция изучения коммуникации. Герменевтика. Неопозитивизм. Лингвистическая философия. Критическая философия.

8. Технократические подходы к изучению коммуникации.
9. Математическая теория коммуникации.
10. Коммуникация как процесс.
11. Изменение роли коммуникации в информационном обществе.
12. Общие характеристики коммуникации.
13. Коммуникационный процесс. Элементы коммуникационного процесса.
14. Коммуникативные барьеры: барьеры, обусловленные факторами среды; технические барьеры; психофизиологические барьеры; социокультурные барьеры.
15. Модель Клода Шеннона (математическая).
16. Модель Норберта Винера (кибернетическая).
17. Модель Теодора Ньюкомба (социально-психологическая).
18. Модель Оле Хольсти (контент-анализ).
19. Модель Вашингтона Плэтта (разведывательная).
20. Модель Уильяма Юри (конфликтологическая).
21. Модель Лассуэлла.
22. Модель двухступенчатой коммуникации.
23. Коммуникативное пространство.
24. Визуальная коммуникация.
25. Перформансная коммуникация. Мифологическая коммуникация.
26. Устноречевая вербальная коммуникация.
27. Говорение как вид устноречевой коммуникации.
28. Слушание как вид коммуникации. Обратная связь.
29. Функции письменноречевой коммуникации. Типы письменных высказываний.
30. Чтение как вид речевой деятельности. Стратегия чтения.
31. Речевое воздействие письменной коммуникации.
32. Определение невербальной коммуникации. Кинестетика. Мимика и взгляд. Жесты. Организация пространства и времени. Позы и походка. Контакт глаз.

33. Понятие межличностной коммуникации. Аксиомы межличностной коммуникации.
34. Стратегии межличностного взаимодействия. Типы жизненных установок. Коммуникативные стили.
35. Эффективное слушание. Эмпатическое слушание.
36. Определение понятия массовой коммуникации. Характеристики массовой коммуникации.
37. Основные различия массовой и межличностной коммуникации.
38. Исследование проблем массовой коммуникации.
39. Теории массовой коммуникации. Теория «информационного общества».
40. Массовая информация. Средства передачи массовой информации. Функции массовой информации. Функции массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.
41. Контент-анализ как важный инструмент PR. Преимущества контент-анализа.
42. Две модели пропагандистской коммуникации: модель искривлённого источника; модель легитимизации источника. Схема пропагандистского анализа.
43. Специальные техники пропаганды.
44. Анализ слухов. Коммуникативные характеристики слуха.
45. Слух как самотранслируемое сообщение. Эффективность слуха.
46. PR как коммуникативная дисциплина.
47. Функции PR.
48. Коммуникативная кампания в области PR. Этапы PR как коммуникативного процесса.
49. Элементы PR-кампании. Модель PR Фрэнка Джефкинса.
50. Пресс-конференция.
51. Письмо в редакцию.
52. Пресс-релиз.

53. Выступление по радио. Выступление по телевидению.
54. Классификация кризисов. Кризисная PR-программа.
55. Особенности кризисных коммуникаций. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.
56. Международные коммуникации как объект исследования.
57. Международные коммуникативные потоки.
58. Теория переговоров.
59. Принудительная дипломатия.
60. Межкультурная коммуникация.

Методические указания по подготовке к семинарским занятиям

Семинарское занятие по дисциплине «Основы теории коммуникации» – важная форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов правового обеспечения социальной работы. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Семинарские и практические занятия, проводимые по основным темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

При самостоятельной работе по дисциплине рекомендуется:

- основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;
- не ограничиваться использованием только лекций или учебника и использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;
- не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;
- использовать профессиональную терминологию в устных ответах, докладах, рефератах и письменных работах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и позволяет продемонстрировать глубину знаний;
- аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;
- при подготовке к семинарским занятиям, в устных ответах, докладах и письменных работах выделять необходимую и достаточную информацию;
- изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;
- соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

При работе с литературой рекомендуется:

- в первую очередь вычленять информацию, относящуюся к конкретным изучаемым темам (по отдельным проблемам или вопросам);
- использовать предметные и именные указатели, содержащиеся во многих учебных и академических изданиях – это существенно сокращает время поисков конкретной информации;

При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:

- ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней – это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;
- ознакомиться с учебными материалами по теме (конспекты лекций, учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;
- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);
- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;
- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы,
- или сформулировать свои вопросы для обсуждения;
- регулярно готовиться к семинарам, даже если не планируется активное участие в них – регулярная подготовка способствует постепенному и поэтому качественному усвоению курса и существенно облегчает последующую подготовку к экзамену.

Практическая работа начинается с краткого вступительного слова и контрольных вопросов. Во вступительном слове преподаватель объявляет тему, цель и порядок проведения занятия. В одном случае все обучающиеся решают задачи самостоятельно, а преподаватель контролирует их работу.

В тех случаях, когда у большинства студентов работа выполняется с трудом, преподаватель может прервать их и дать необходимые пояснения (частично-поисковый метод). В других случаях задачу решает и комментирует

свое решение студент под контролем преподавателя.

Основная задача преподавателя на каждом практическом занятии, наряду с обучением своему предмету (дисциплине), – научить будущего специалиста думать. Особое место среди практических занятий отводится так называемым групповым занятиям.

Для успешного достижения учебных целей подобных занятий при их организации должны выполняться следующие основные требования:

- соответствие действий обучающихся ранее изученным на лекционных и практических занятиях методикам и методам;
- поэтапное формирование умений и навыков, т.е. движение от знаний к умениям и навыкам, от простого к сложному и т.д.;
- выработка индивидуальных и коллективных умений и навыков.

Выполнение практических занятий по дисциплине «Основы теории коммуникации» требует деления учебной группы на подгруппы. В каждой подгруппе назначается старший из числа наиболее подготовленных студентов. В процессе занятия руководитель показывает методы, способы и приемы выполнения действий, объясняет их последовательность, взаимосвязь, предостерегает от характерных ошибок. В процессе занятия преподаватель накапливает материал для подведения итогов, которые желательно подводить сначала по подгруппам: указываются конкретные успехи и недостатки в работе обучающихся, – а затем со всей учебной группой. На последнем этапе отмечаются общие недостатки в работе и достигнутые успехи, пути дальнейшего совершенствования умений и навыков в период самостоятельной работы.

К практическому занятию от студента требуется предварительная подготовка, которую он должен провести перед занятием.

Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный

или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

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

Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки.

Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать мышление. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и

дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой.

Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Методические рекомендации студентам по написанию рефератов

Написание реферата является:

- одной из форм обучения студентов, направленной на организацию и повышение уровня самостоятельной работы студентов;
- одной из форм научной работы студентов, целью которой является расширение научного кругозора студентов, ознакомление с методологией научного поиска.

Реферат, как форма обучения студентов, - это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы. Темы рефератов содержатся в программе курса.

Целью написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);
- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;
- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;
- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и

практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

Основные задачи студента при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме для правильного понимания авторской позиции;
- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;
- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;
- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)
- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;
- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу.

Структура реферата.

1. Начинается реферат с *титульного листа*.

Образец оформления титульного листа для реферата:

2. За титульным листом следует *Оглавление*. Оглавление - это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он находится.
3. *Текст* реферата. Он делится на три части: *введение, основная часть и заключение*.
 - а) *Введение* - раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

б) *Основная часть* - это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст.

в) *Заключение* - данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые "высветились" в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

4. *Список источников и литературы*. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один – на иностранном языке (английском или французском). Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов (см. *Оформление Списка источников и литературы*).

Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению реферата.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 и не более 20 страниц. Работа должна выполняться через 1,5 интервал 14 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего

фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;

- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Реферат должен быть сдан для проверки в установленный срок.

Методические рекомендации по подготовке к контрольной работе

Контрольная работа выполняется студентами на основе самостоятельного подготовки по лекциям и изучения рекомендованной литературы, с целью систематизации, закрепления и расширения теоретических знаний, развития творческих способностей студентов, овладения навыками самостоятельной работы с научной, научно- методической, нормативно-правовой литературой, формирования умений анализировать и отвечать на вопросы, делать выводы на основе проведенного анализа.

Работы приобщают также студентов к научно-исследовательской деятельности, играют важную роль в их профессиональной подготовке. Важнейшими требованиями к контрольной работе как к исследованию определенной проблемы являются: применение общих и специальных методов научного исследования; умение работать с литературой, проявляя при этом творческий подход к изучаемому материалу; достаточно высокий теоретический уровень; способность самостоятельно, последовательно, аргументировано излагать изученный материал.

Целью выполнения контрольной работы является проверка и оценка получения студентами теоретических знаний по предложенной тематике по дисциплине «Основы теории коммуникации».

Контрольные работы, выполняются студентами в аудитории, под наблюдением преподавателя. Как правило, тема контрольной работы известна и проводится она по сравнительно недавно изученному материалу. Преподаватель готовит задания либо по вариантам, либо индивидуально для

каждого студента – на карточках. В любом случае работе предшествует инструктаж преподавателя.

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа делится на аудиторную (под непосредственным контролем преподавателя) и внеаудиторную. **Основными формами внеаудиторной самостоятельной работы («домашней работы»)** являются: теоретическая подготовка к практическим занятиям (на основе рекомендованной литературы и информационных ресурсов сети Интернет); выполнение заданий для самостоятельной подготовки, включённых в содержание практических занятий; создание тезауруса курса; подготовка аналитических справок по темам семинаров; подготовка аннотированного обзора литературы по заданной теме.

Аудиторная самостоятельная работа включает в себя: выполнение тестовых заданий для проверки качества усвоения знаний и последующую самостоятельную работу над указанными преподавателем ошибками в них; участие в работе семинара; самоконтроль и взаимоконтроль выполняемых индивидуальных заданий (оценивание докладов студентов на семинарских занятиях самими студентами).

Использование консультаций при самостоятельной работе. Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала, возникли проблемы, разрешить которые самостоятельно не удаётся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. При этом следует формулировать вопросы максимально конкретно.

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Основы теории коммуникации», а также развитие у них устойчивых способностей к

самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

Требования к рейтинг-контролю

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы:

1) Задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (тесты, доклады с презентациями, семинарские занятия)

2) Задания, которые дополняют теоретические вопросы дисциплины (практические задания).

Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Отметка за задания второго типа необходима для допуска к зачету.

Контроль за работой студентов делится на:

- текущий (в ходе лекций и семинарских занятий),
- рейтинговый
- промежуточный.

Основными формами текущего контроля успеваемости являются наблюдение, проверка письменных и практических заданий с использованием балльных оценок.

На занятиях преподаватель оценивает и комментирует качество выполненных студентами домашних заданий, а также учебную работу студентов непосредственно в ходе занятий. Учитываются уровень подготовленности студента к занятию, качество выполнения домашних заданий, степень его активности в ходе занятия.

Рейтинговый контроль подразумевает суммирование баллов, набранных каждым студентом в процессе изучения дисциплины.

Дисциплина «Основы теории коммуникации» имеет 1 точку промежуточного контроля: экзамен. Для дисциплин, заканчивающихся

экзаменом, 60 рейтинговых баллов составляет максимальная оценка учебной работы студента в течение семестра, 40 рейтинговых баллов – максимальная оценка на курсовом экзамене.

Если студент за весь период изучения дисциплины набирает 40-54 баллов, то получает оценку «удовлетворительно»;

Если студент набирает 55-60 баллов, при подведении итогов семестра в графе экзаменационной ведомости «Премияльные баллы» может быть добавлено 15 баллов и выставлена экзаменационная оценка «хорошо».

Студент, набравший до 39 баллов включительно, сдает экзамен.

Ответ студента на экзамене оценивается суммой до 40 рейтинговых баллов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных за семестр и суммы баллов, полученных на экзамене. Студенту, который сдает экзамен, премиальные баллы не начисляются.

В университете действует следующая шкала перерасчета рейтинговых баллов для дисциплин, оканчивающихся экзаменом:

От 40 до 69 – «удовлетворительно»;

От 70 до 84 – «хорошо»;

От 85 до 100 – «отлично».

Баллы по рейтинг-контролю начисляются студенту за следующие виды работ:

- ответы на вопросы, возникающие в ходе самостоятельной работы студента - 1 балл;

-ответ на вопрос другого студента- 1 балл;

- практическая или творческая контрольная письменная работа - до 5 баллов;

- работа на семинарском занятии – 1 балл;

- подготовка реферата, доклада - до 5 баллов.

Студент получает баллы на экзамене:

Ответ на экзаменационные вопросы (2 вопроса в билете) – 20 баллов. Оценивается логика ответа, полнота и развернутость, использование понятийного аппарата; обоснованы все практические положения, аргументирован взгляд на проблему, приведены примеры по теме изложения.

4 вопроса по основным понятиям и терминам дисциплины – 20 баллов (по 5 балла за каждый правильный ответ).

Сформированность компетенций проверяется посредством следующих видов контроля: текущий контроль – опросы, представление докладов, работа на семинарах, оценка выполнения заданий для самостоятельной работы.

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

– полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

– сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

– логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

– рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

– своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе).

ФОС для аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного материала.

Оценка экзамена (стандартная)

85–100 - «отлично» Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

70-84 - «хорошо» Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.

40-69 - «удовлетворительно» Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки,

нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.

менее 40 - «неудовлетворительно» Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.

VII. Материально-техническое обеспечение

Имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для проведения занятий лекционного типа, обеспечивающих тематические иллюстрации.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Учебная аудитория № 38 (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)	Столы, стулья, переносной ноутбук, переносной мультимедийный проектор, доска аудиторная	Google Chrome – бесплатно Microsoft Office 365 pro plus - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г Программы для набора, вёрстки изданий, создания презентаций, программы для обработки графических материалов: Microsoft Windows 10 Enterprise, CorelDRAW Graphics Suite X4, SharePointDesigner2010, Adobe Creative Suite 4Design Standart.

VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.			
2.			

