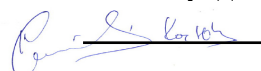


**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДАЮ:**

**Председатель УМС**

 **факультета**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«КОММУНИКОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Квалификация выпускника: бакалавр**

**Форма обучения: очная, заочная**

*(РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов)*

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели освоения дисциплины** - дать студентам целостное представление об уровнях коммуникаций, видах и моделях коммуникативных систем, их единицах, а также социально значимых категориях и частных функциях коммуникаций, что способствует повышению коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере связей с общественностью; развить навыки социального взаимодействия и реализации своей роли в команде с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности.

Ставятся **задачи**: научить студентов творчески мыслить, применять полученные теоретические знания и практические навыки при организации работы команды и ее мотивирования; осуществлять профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, а также сформировать позитивную мотивацию в освоении данного курса.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникология в рекламе и связях с общественностью» входит в Блок 1 направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина изучается во 3 семестре на очном отделении, в 3 и 4 семестре - на заочном. Форма контроля – экзамен.

Знание дисциплины основано на полученных знаниях дисциплины: «Основы коммуникативной культуры».

Знания, полученные в результате освоения дисциплины необходимы для освоения дисциплин: «Кампании в связях с общественностью», «Кампании в рекламе», «Психология массовых коммуникаций», «Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью».

Взаимосвязь курса с другими дисциплинами ОПОП способствует планомерному формированию необходимых компетенций и углубленной подготовке студентов к решению специальных практических профессиональных задач.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:**

**УК-3** Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

**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.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Таблица 1

№ пп	Код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине; индикаторы достижения компетенции
---------	--------------------	---

1.	УК-3	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>знать:</b> теорию и методологию психологии управления <b>уметь:</b> организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения <b>владеть:</b> психологическими методами управления
2	ОПК-5	<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</b> <b>знать:</b> совокупность экономических факторов, политических, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>уметь:</b> осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы <b>владеть:</b> профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)

##### 4.1 Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы или 144 часа.

По видам учебной деятельности дисциплина распределена следующим образом:

- для очной формы обучения:

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
		3	
<b>Контактная работа обучающихся</b>	34	34	
в том числе:			
Занятия лекционного типа	14	14	
Занятия семинарского типа	12	12	
Индивидуальные и другие виды занятий	8	8	
Групповые консультации			
<b>Самостоятельная работа</b>	85	85	
<b>Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	Экз. 25	Экз. 25	
Общая трудоемкость час	144	144	
з.е.	4	4	

- для заочной формы обучения:

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
		3	4
<b>Контактная работа обучающихся</b>	12	4	8
в том числе:			
Занятия лекционного типа	10	4	6
Занятия семинарского типа	2		2
Индивидуальные и другие виды занятий			
Групповые консультации			
<b>Самостоятельная работа</b>	123	68	55
<b>Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	Экз. 9	-	Экз. 9
Общая трудоемкость час	144	72	72

з.е.	4	2	2
------	---	---	---

#### 4.2. Структура дисциплины

##### Форма обучения очная

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Часов  всего	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в час.)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)  Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					ЗЛТ	ЗСТ	МГЗ	СРС	
1	Тема 1. Коммуникология как наука	3	1-2	18	4	2		12	Устные доклады с презентацией по теме
2	Тема 2. Коммуникационный процесс. Вербальная и невербальная коммуникация	3	3-5	22	6			16	Письменное задание. Тестирование.
3	Тема 3. Формы речевой коммуникации. Устноречевая и письменноречевая коммуникация	3	6-8	28	6	2		20	Тесты, тренинги и упражнения по развитию навыков чтения и слушания. Рубежное тестирование.
4	Тема 4. Межличностная коммуникация	3	9-11	20	4	2		14	Семинар по теме.
5	Тема 5. Коммуникация в малых группах	3	12-13	17	4			13	Семинар по теме.
6	Тема 6. Политическая коммуникация	3	14-15	14	4			10	Деловая игра «Переговоры»
7	Консультация	3	16	2					
Итого часов				144	28	6		85	
Промежуточная аттестация		3	17		25				Устный экзамен
Всего часов: 144									

### Форма обучения заочная

№ п/ п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				всего	ЗЛТ *	ЗСТ**	СРС	
3 семестр								
1	Тема 1. Коммуникология как наука	3		21	1		20	Устный доклад с презентацией
2	Тема 2. Коммуникационный процесс. Вербальная и невербальная коммуникация	3		25	1		24	Письменное задание. Тестирование.
3	Тема 3. Формы речевой коммуникации. Устноречевая и письменноречевая коммуникация	3		26	2		24	Семинар по сегментированию и позиционированию. Рубежное тестирование.
Итого часов				72	4		68	
4 семестр								
4	Тема 4. Межличностная коммуникация	4		18	2	1	15	Семинар по товарной политике.
5	Тема 5. Коммуникация малых группах	4		22	2	1	20	Семинар по политике ценообразования.
6	Тема 6. Политическая коммуникация	4		23	2		20	Деловая игра №1,2,3
Итого часов				72	6	2	55	
Промежуточная аттестация		4			Форма проведения - экзамен			Устный экзамен
Итого часов				144	10	2	123	

#### 4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)<sup>1</sup>

##### Тема 1. Коммуникология как наука

Коммуникация: определение, сущность. Основные значения термина коммуникация.

<sup>1</sup> Содержание разделов (модуля) должно состоять из подразделов и отдельных тем с той степенью подробности, которая, по мнению автора, оптимально способствуют достижению цели и реализации поставленных задач. Содержание разделов (модуля) может быть представлено в текстовой или в табличной форме

Междисциплинарный характер термина коммуникации. Место коммуникологии в системе наук.

Различные подходы к определению предмета коммуникологии. Объект и предмет коммуникологии. Структура коммуникативного знания.

Законы коммуникологии и их специфика. Категориальный аппарат коммуникологии. Коммуникация: определение, сущность. Взаимоотношение понятий «коммуникация» и «общение». Информация: определение, значения термина. Коммуникативное пространство и время: определения и основные параметры.

Категориальный аппарат коммуникологии. Общенаучные методы: моделирование, системный подход, метод сравнения. Частнонаучные методы: контент-анализ, интент-анализ, социологический метод, герменевтика, бихевиоризм, социолингвистика, метод наблюдения, социометрия.

Функции коммуникологии: познавательная, методологическая, прогностическая, практическая. Их характеристики.

## **Тема 2. Коммуникационный процесс**

Структурные модели коммуникации. Модель Аристотеля и его основные элементы. Модель Лассуэлла. Основные элементы модели. Разделы исследований коммуникации по Лассуэллу. Модель Шеннона-Уивера. Характеристика основных элементов модели. Понятие шума и избыточности. Достоинства модели Шеннона-Уивера. Модель М. де Флера. Особенности данной модели по сравнению с моделью Шеннона-Уивера. Двухканальная модель речевой коммуникации В.П. Морозова. Особенности данной модели. Модель двуступенчатой коммуникации П. Лазерфельда и ее особенности. Модель «ИСКП» Д. Берло. Характеристика основных элементов данной модели. Коммуникационная модель Глобальной Деревни канадского социолога М. МакЛюена.

Основные элементы коммуникационного процесса: источник сообщения, кодирование и декодирование информации, сообщение, канал, получатель, обратная связь. Характеристика элементов коммуникационного процесса.

Коммуникативные барьеры: определение, классификации. Барьеры, обусловленные факторами среды, и их характеристика (акустические помехи, температурные и погодные условия, отвлекающая окружающая обстановка). Технические барьеры и их характеристика. «Человеческие» барьеры (психофизиологические и социокультурные) и их характеристика.

Семиотика: определение, объект и основные аспекты изучения. Роль семантики, прагматики в вербальной коммуникации.

Средства коммуникации. Роль естественного языка в коммуникации. Признаки естественного человеческого языка. Соотношение понятий «язык – речь». Понятие и функции речи.

Речь как способ передачи информации. Особенности передачи вербальной информации. Типы результатов коммуникации. Ценность информации содержательного характера.

Сравнение вербальной и невербальной коммуникации. Паралингвистические компоненты невербальной коммуникации: громкость, темп, ритм и высота голоса. Экстралингвистические особенности невербальной коммуникации: речевые паузы, смех, покашливание, вздохи. Мимика и взгляд в процессе общения. Жесты: определение и их классификация. Позы и походка, контакт глаз в деловой коммуникации.

Организация пространства и времени коммуникативного процесса. Понятие проксемики. Виды зон в деловой коммуникации: интимная, персональная, социальная, публичная. Их характеристика.

### Тема 3. Формы речевой коммуникации

Диалог: определение, языковые особенности, типология. Виды вопросов, реализуемых в диалогах: уточняющие, простые, восполняющие, корректные (некорректные); нейтральные – благожелательные - провокационные. Виды ответов и их характеристика. Общие правила ведения диалога. Коммуникационные максимы П. Грайса. Законы диалога Ю.В. Рождественского.

Монолог: определение, признаки, классификация. Роль межфразовых связей в монологе. Основные группы межфразовых связей (построенные по типу зацепления и по типу повтора) и их характеристика. Методы изложения материала в монологе: индуктивный, дедуктивный, метод аналогии, концентрический, ступенчатый и исторический. Риторика как наука, занимающаяся проблемами построения диалога. Структура ораторской речи.

Спор как вид речевой коммуникации. Спор и его разновидности (полемика и дискуссия) и классификация. Способы подтверждения правоты в споре: убеждение и доказательство.

Определение и свойства устноречевой коммуникации. Параметры актов речевого общения и их характеристика: сфера общения, ситуация общения, вид коммуникативного контакта, ролевые установки, характеристики участников общения, способы выражения предметного содержания в говорении. Роли инициатора общения. Роли слушателя общения. Понятие речевых актов говорящего и слушающего.

Говорение как вид устноречевой коммуникации. Говорение: определение и условия. Высказывание, информативная единица коммуникативного процесса, основная единица говорения. Творческая речь как высший уровень говорения. Умение говорить: формируемые на базе слушания, на базе чтения, на базе письма. Ошибки в речевом поведении партнеров по общению. Алгоритм речевых действий.

Слушание как вид коммуникации. Слушание: определение и задачи слушателя. Два этапа процесса слушания: первичный анализ звукового сигнала; смысловая интерпретация. Два аспекта процесса слушания: слух как физиологическая характеристика и слушание. Достижение взаимопонимания в процессе общения. Цель, задачи, прогнозируемые результаты, коммуникативная компетентность, предмет общения как важные условия достижения взаимопонимания. Умение слушать. Основные недостатки традиционного слушания. Факторы, определяющие эффективность слухового восприятия (объективные и субъективные факторы).

Слушание публичного выступления. Четыре группы слушателей и их характеристика. Цели слушания. Принципы эффективного слушания. Вспомогательные средства, улучшающие навыки слушания: умение концентрироваться, умение анализировать содержание услышанного, умение слушать критически, умение конспектировать.

Обратная связь в говорении и слушании.

Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции.

Чтение как вид речевой коммуникации. Этапы процесса чтения: зрительное восприятие и интерпретация прочитанного.

Показатели уровня развития навыков чтения: общий уровень чтения и скорость чтения. Недостатки традиционного чтения (регрессия, артикуляция, малое поле зрения, слабое развитие механизма смыслового прогнозирования, низкий уровень внимания, отсутствие гибкой стратегии чтения) и их характеристика.

Способы чтения (углубленное, ознакомительное, чтение-просмотр, сканирование, быстрое чтение). Способы устранения недостатков чтения.

Алгоритмы чтения: определение и виды. Интегральный алгоритм чтения и характеристика его блоков. Методика освоения интегрального алгоритма чтения. Дифференциальный алгоритм чтения и характеристика его блоков. Методика чтения по

дифференциальному алгоритму.

Письмо как вид коммуникации. Письмо: определение и особенности. Технология продуцирования письменной речи. Типы письменных высказываний: диктант, план текста, изложение, конспект, реферат, аннотация, сочинение, письмо. Навыки и умения письма. Различия между устной и письменной речью.

Особенности составления официально-деловых текстов: протокол, договор и его разновидности, деловые письма и их разновидности.

Определение и свойства устноречевой коммуникации. Параметры актов речевого общения и их характеристика: сфера общения, ситуация общения, вид коммуникативного контакта, ролевые установки, характеристики участников общения, способы выражения предметного содержания в говорении. Роли инициатора общения. Роли слушателя общения. Понятие речевых актов говорящего и слушающего.

Говорение как вид устноречевой коммуникации. Говорение: определение и условия. Высказывание, информативная единица коммуникативного процесса, основная единица говорения. Творческая речь как высший уровень говорения. Умение говорить: формируемые на базе слушания, на базе чтения, на базе письма. Ошибки в речевом поведении партнеров по общению. Алгоритм речевых действий.

Слушание как вид коммуникации. Слушание: определение и задачи слушателя. Два этапа процесса слушания: первичный анализ звукового сигнала; смысловая интерпретация. Два аспекта процесса слушания: слух как физиологическая характеристика и слушание. Достижение взаимопонимания в процессе общения. Цель, задачи, прогнозируемые результаты, коммуникативная компетентность, предмет общения как важные условия достижения взаимопонимания. Умение слушать. Основные недостатки традиционного слушания. Факторы, определяющие эффективность слухового восприятия (объективные и субъективные факторы).

Слушание публичного выступления. Четыре группы слушателей и их характеристика. Цели слушания. Принципы эффективного слушания. Вспомогательные средства, улучшающие навыки слушания: умение концентрироваться, умение анализировать содержание услышанного, умение слушать критически, умение конспектировать.

Обратная связь в говорении и слушании.

Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции.

Чтение как вид речевой коммуникации. Этапы процесса чтения: зрительное восприятие и интерпретация прочитанного.

Показатели уровня развития навыков чтения: общий уровень чтения и скорость чтения. Недостатки традиционного чтения (регрессия, артикуляция, малое поле зрения, слабое развитие механизма смыслового прогнозирования, низкий уровень внимания, отсутствие гибкой стратегии чтения) и их характеристика.

Способы чтения (углубленное, ознакомительное, чтение-просмотр, сканирование, быстрое чтение). Способы устранения недостатков чтения.

Алгоритмы чтения: определение и виды. Интегральный алгоритм чтения и характеристика его блоков. Методика освоения интегрального алгоритма чтения. Дифференциальный алгоритм чтения и характеристика его блоков. Методика чтения по дифференциальному алгоритму.

Письмо как вид коммуникации. Письмо: определение и особенности. Технология продуцирования письменной речи. Типы письменных высказываний: диктант, план текста, изложение, конспект, реферат, аннотация, сочинение, письмо. Навыки и умения письма. Различия между устной и письменной речью.

Особенности составления официально-деловых текстов: протокол, договор и его разновидности, деловые письма и их разновидности.



#### **Тема 4. Межличностная коммуникация**

Понятие межличностной коммуникации. Базовые понятия теории межличностного общения: межличностный контакт, межличностное взаимодействие, межличностные отношения. Сущность коммуникативной компетентности. Аксиомы межличностной коммуникации американского психолога П. Вацлавика.

Понятие социальной ситуации. Факторы социального взаимодействия. Характеристика социального взаимодействия, воздействующая на поведение людей. Способы структурирования времени: замкнутость, ритуалы, времяпрепровождения, совместная деятельность и др. Классификация социальных ситуаций в зависимости от уровня общения: на социально-ролевом уровне; деловом и интимно-личностном уровнях.

Межличностное пространство: определение, условия успешной коммуникации. Конструирование межличностного пространства.

Пространственное структурирование межличностного взаимодействия. Характеристика вертикальной составляющей межличностного взаимодействия: пристройка к партнеру свысока, пристройка наравне, пристройка снизу, отстраненная от партнера позиция.

Горизонтальная составляющая межличностного взаимодействия. Характеристика межличностных преград.

Эффекты межличностного восприятия. Восприятие: определение, закономерности. Правила управления собственным восприятием. Индивидуальные особенности восприятия: влияние самооценки, проецирование, эффект ореола, стереотипизация и др. Понятие социального стереотипа.

Понятие жизненного стиля и его проблемы. Типология жизненных стилей в зависимости от социального интереса и степени активности. Коммуникативные стили: определение, принципы.

«Окно Джохари». Характеристика открытой, слепой, скрытой и неизвестной зон. Зависимость коммуникативного стиля человека от доминирования той или иной зоны. Стратегии межличностного взаимодействия: доминирование, манипуляция, соперничество, партнерство, содружество. Основные критерии продуктивности стиля межличностного взаимодействия и их характеристики: по характеру активности в позиции партнеров; по характеру выдвигаемых целей; по характеру ответственности; по характеру отношений.

Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Особенности поведения в личностно ориентированном общении. Характеристики речевого поведения: персональность адресации; спонтанность и непринужденность; ситуативность; эмоциональность. Речевые приемы в межличностном взаимодействии. Коммуникативные тактики речевого поведения.

Функции невербальной коммуникации в межличностном общении. Сравнительные характеристики вербальной и невербальной коммуникации. Виды информации, получаемой человеком в процессе невербальной коммуникации. Функции невербального сообщения: дополнение, опровержение, замещение, регулирование. Правила невербальной коммуникации.

#### **Тема 5. Коммуникация в малых группах**

Основные подходы к изучению коммуникации в малой группе: механистический и деятельностный подходы. Малая группа: понятие, отличительные черты. Границы малой группы: диада, триада, появление наблюдателя, 7±2 члена малой группы, 35-40 человек.

Разновидности малых групп: первичные и вторичные; формальные и неформальные; референтные и группы членства; временные и стабильные; открытые и закрытые; случайно организованные группы, ассоциации, корпорации, коллектив,

команда.

Функции групповой коммуникации.

Коммуникативная структура малой группы. Виды централизованных коммуникативных структур: фронтальная, радиальная, иерархическая. Их характеристика. Виды децентрализованных коммуникативных структур (цепочка, круговая и полная) и их характеристика. Лексика и грамматика коммуникации в малой группе. Характерные лексические особенности малой группы: речевая однородность, преобладание оценочных и характеризующих слов. Грамматика внутригруппового общения. Правила коммуникативного поведения в группе.

Формирование групповой сплоченности и коммуникация в малой группе. Формирование чувства групповой идентичности. Групповое давление как механизм формирования групповой сплоченности. Конформизм или конформное поведение. Виды конформизма: внешний и внутренний. Негативизм как специфическая форма конформизма. Понятие и факторы когнитивного диссонанса. Способы выработки единого мнения в группах.

Технология принятия группового решения. Четыре фазы принятия группового решения. Понятие консенсуса.

## **Тема 6. Политическая коммуникация**

Определение и функции политической коммуникации. Подходы к понятию политической коммуникации. Политическая коммуникация как социально-информационное поле политики. Кибернетический и структурно-функциональный подходы в теории политической коммуникации. Модель политической коммуникации К. Дойча. Модель политической коммуникации Г. Алмонда.

Структура политической коммуникации: содержательный, идеальный, формальный и материальный аспекты. Средства, способы и виды политической коммуникации. Сущность моделей политической коммуникации Ж.М. Коттрэ и К. Сайне. Модели вещания, диалоговая и консультативная.

Понятие электоральной коммуникации. Избирательная кампания как разновидность коммуникационной кампании. Пять моделей избирательной кампании и их характеристика: неструктурированная, рыночная, административно-командная, организационно-партийная и комплексная модели. Роль политического маркетинга в электоральной коммуникации. Основные элементы комплекса политического маркетинга: политическая реклама, организация общественного мнения, встречи кандидатов и избирателями, формы материального стимулирования.

Цель, задачи и функции политического PR.

Политическая коммуникация в информационном обществе. Понятия электронной демократии, электронного правительства.

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ<sup>2</sup>

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

Помимо рекомендованной основной и дополнительной литературы, в процессе самостоятельной работы студенты могут пользоваться следующими методическими материалами:

1. <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html>
2. <https://nsportal.ru/npo-spo/arkhitektura-i-stroitelstvo/library/2018/04/17/elektronnoe-uchebnoe-posobie-po-distipline>
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-delovoe-obschenie-kommunikativnye-tehniki-i-tehnologii>
4. [https://www.studmed.ru/view/sidorenko-ev-trening-kommunikativnoy-kompetentnosti-v-delovom-vzaimodeystvii\\_0937f88e828.html](https://www.studmed.ru/view/sidorenko-ev-trening-kommunikativnoy-kompetentnosti-v-delovom-vzaimodeystvii_0937f88e828.html)

### Применяемые образовательные технологии:

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на занятиях лекционного и семинарского типа) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и занятиям семинарского типа) работу обучающегося.

В качестве основной формы организации учебного процесса по дисциплине **«Коммуникология в рекламе и связях с общественностью»** в предлагаемой методике обучения выступает использование интерактивных (развивающих, проблемных, проектных) технологий обучения.

Теоретические занятия (занятия лекционного типа) организуются в группах. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала проводится в мультимедийной форме (в форме презентаций). Теоретический материал отличается практической направленностью.

Занятия семинарского типа по дисциплине **«Коммуникология в рекламе и связях с общественностью»** проводятся с целью приобретения практических навыков применения полученных знаний в практической деятельности.

Занятия семинарского типа способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

На занятиях семинарского типа по дисциплине **«Коммуникология в рекламе и связях с общественностью»** используются следующие интерактивные формы:

- семинары-дискуссии, семинары обсуждения;
- презентации докладов и статей;
- игровые групповые и мелкогрупповые тренинги;
- практические упражнения для решения поставленных учебных задач.

Целью самостоятельной работы студентов является формирование знаний и представлений о коммуникативной культуре в системе «реклама и связи с

---

<sup>2</sup> В разделе указываются образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебных занятий для наиболее эффективного освоения дисциплины. При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (*модулей*) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

общественностью», способствующих приобретению первичного опыта практической профессиональной сферы.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине **Коммуникология в рекламе и связях с общественностью** обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе занятий лекционного и семинарского типов;
- формирование навыков работы с периодической, научной литературой, информационными ресурсами Интернет.

Формы самостоятельной работы:

- Ознакомление и работа с ЭБС «Znanium. Com»;
- Подготовка к практическому занятию;
- Подготовка к презентации;
- Подготовка к обсуждению презентаций студентов;
- Подготовка к групповым и мелкогрупповым тренингам;
- Подготовка к деловой игре.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента.

**Дисциплина «Коммуникология в рекламе и связях с общественностью»**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Коммуникология как наука	<b>УК-3</b>	Устные доклады с презентацией по теме
2	Тема 2. Коммуникационный процесс. Вербальная и невербальная коммуникация	<b>УК-3</b> <b>ОПК-5</b>	Письменное задание. Тестирование.
3	Тема 3. Формы речевой коммуникации. Устная речевая и письменноречевая коммуникация	<b>УК-3</b> <b>ОПК-5</b>	Тесты, тренинги и упражнения по развитию навыков чтения и слушания. Рубежное тестирование.
4	Тема 4. Межличностная коммуникация	<b>УК-3</b> <b>ОПК-5</b>	Семинар по теме.
5	Тема 5. Коммуникация в малых группах	<b>УК-3</b> <b>ОПК-5</b>	Семинар по теме.
6	Тема 6. Политическая коммуникация	<b>УК-3</b> <b>ОПК-5</b>	Деловая игра «Переговоры»
7	Политическая коммуникация	<b>УК-3</b> <b>ОПК-5</b>	Устные доклады с презентацией по теме
8	Промежуточная аттестация		экзамен

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Система оценивания<sup>3</sup>**

Традиционный инструментарий образовательного процесса по дисциплине *Коммуникология в рекламе и связях с общественностью* - лекции, практические занятия, самостоятельная работа, - направлен на усвоение и закрепление знаний, приобретенных в результате изучения курса. Отсюда и приоритет таких процедур оценивания, как экзамен по дисциплине *«Коммуникология в рекламе и связях с общественностью»*.

При всей надежности и полезности данных форм контроля, их нельзя признать вполне достаточными для оценки образовательных результатов в рамках подхода, где требуется оценить профессиональные компетенции.

В связи с этим оценивание образовательных результатов по дисциплине *Коммуникология в рекламе и связях с общественностью* представляет собой совокупность взаимосвязанных видов деятельности и регламентированных процедур, посредством которых преподаватель или комиссия устанавливает степень соответствия достигнутых образовательных результатов, обучающихся требованиям ФГОС.

Таким образом, предметом оценки знаний по дисциплине *Коммуникология в рекламе и связях с общественностью* выступают достигнутые обучающимися образовательные результаты: профессиональные компетенции (итоговые результаты), знания, умения, опыт практической деятельности, а также текущие и промежуточные результаты. Целью оценки является установление соответствия имеющихся профессиональных компетенций, умений, знаний, опыта практической деятельности обучающихся требованиям ФГОС.

Оценочные средства по дисциплине *Коммуникология в рекламе и связях с общественностью* - фонд контрольных заданий, а также описаний форм и процедур, предназначенных для определения качества освоения обучающимся учебного материала.

В рамках дисциплины *Коммуникология в рекламе и связях с общественностью* используются следующие способы оценки профессиональных компетенций:

1. Оценивается интеллектуальный продукт деятельности обучающегося, как нематериальный результат человеческого труда.
2. Оценивается процесс деятельности, как результат деятельности в рамках конкретных условий профессиональной деятельности и модельных условиях, максимально приближенных к реальным.
3. Оценивается и продукт, и процесс деятельности.

Текущая и промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется в соответствии со структурированным тематическим планом, а также фондом оценочных средств дисциплины, являющимся неотъемлемой частью учебно-методического комплекса дисциплины *«Коммуникология в рекламе и связях с общественностью»*.

При проведении аттестаций по дисциплине предусматривается проведение:

- текущего контроля успеваемости студентов;
- промежуточной аттестации успеваемости студентов.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемое наблюдение за уровнем усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра.

Промежуточная аттестация – это вид контроля, предусмотренный рабочим учебным планом направления подготовки, осуществляется в ходе экзамена.

---

<sup>3</sup> Система оценивания выстраивается в соответствии с учебным планом, где определены формы промежуточной аттестации (зачёт/зачёт с оценкой/экзамен), и структурой дисциплины, где определены формы текущего контроля. Указывается оценка по формам текущего контроля и промежуточной аттестации.

## **6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине<sup>4</sup>**

### **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 применяемая наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

**Оценка «отлично»** ставится, если студент:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию задания;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно.

**Оценка «хорошо»** ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

**Оценка «удовлетворительно»** ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

**Оценка «неудовлетворительно»** ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

## **6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Самостоятельная работа студентов является основным способом овладения учебным материалом. За период обучения в институте студенты выполняют следующие виды самостоятельных письменных работ: контрольные, курсовые работы (проекты), отчеты по практикам, выпускные квалификационные (дипломные) работы. Но еще более важным

---

<sup>4</sup> Могут уточняться и дополняться в соответствии со спецификой дисциплины, установленных форм контроля, применяемых технологий обучения и оценивания.

пунктом процесса обучения являются тренинги, а также практические самостоятельные и групповые задания.

### **Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы:**

1. Каковы роль и значение культуры общения в современном деловом взаимодействии?
2. В чем заключаются особенности деловой коммуникации?
3. Какие коммуникативные сигналы вы знаете? Охарактеризуйте их.
4. Как складывается мнение о человеке?
5. Определите сущность коммуникативной компетентности.
6. Назовите известные вам драмы общения и коммуникативные умения, позволяющие их преодолеть.
7. Что вы вкладываете в понятие «невербальное поведение», какого его значение.
8. В чем сущность техник постановки вопросов. Перечислите их.
9. Расскажите об основных техниках малого разговора.
10. Определите понятие «Экспертная зона» партнера по общению.
11. Каково значение малого разговора в деловом взаимодействии?
12. Охарактеризуйте техники вербализации.
13. В чем сущность техник регуляции эмоционального напряжения?
14. Перечислите техники регуляции эмоционального напряжения.
15. Объясните закон обратного действия в коммуникативной компетентности (закон Джемса-Ланге).
16. Как вы определяете ошибки в регуляции эмоционального напряжения и какие знаете способы их преодоления?
17. Каковы особенности вербального общения в деловых коммуникациях.
18. Перечислите основные этапы подготовки публичного выступления.
19. Определите цель и задачи тренинга коммуникативной компетентности.
20. Что такое «сухой остаток» в тренинге?
21. Дайте определение понятиям: «сенситивность», «креативность», «эмпатия».

### **Практические задания:**

#### **Практические задания № 1.**

1. Объясните, кто такие коммуниканты. Могут ли влиять на успешность коммуникации интересы коммуникантов?
2. Поясните, что понимается под коммуникативным пространством.
3. Определите, к каким видам коммуникации относятся следующие ситуации:
  - выступление президента страны по TV;
  - беседа двух друзей;
  - электронное сообщение коллеге;
  - реклама напитка СОСА-COLA по TV.
4. Установлено, что полиглот, владеющий не одним иностранным языком, легче усваивает другие языки. Как вы думаете, чем можно объяснить этот факт?

#### **Практические задания № 2.**

1. Определите основные этапы становления и развития теории коммуникации.
2. Опишите основные модели коммуникации. Что есть общего и специфического в моделях? В чем состоят из достоинства и недостатки?
3. Систематизируйте материал темы в виде схемы по разделам с указанием имен специалистов, основные теории изучения коммуникации, подходы к изучению коммуникации, модели коммуникации.

#### **Практические задания № 3.**

1. Прокомментируйте точку зрения канадского ученого Г.М. МакЛюэна, согласно которой

«средство и есть сообщение». Что, на Ваш взгляд, важнее – содержание сообщения или средство передачи сообщения (пресса, электронные СМИ)?

2. Обратитесь к сайту [www.uznaiprezidenta.ru](http://www.uznaiprezidenta.ru). Выясните, как полностью называется сайт, какова его целевая аудитория. По какому признаку можно классифицировать этот тип коммуникации? В чем состоит задача сайта? Назовите разделы и подразделы сайта. Какие версии сайта представлены и чем они отличаются?

3. Среди основных причин, создающих барьеры при коммуникации, называют следующие:

- неуместное использование профессиональной терминологии;
- неточность высказывания;
- несовершенство перекодирования мыслей в слова;
- чрезмерное использование иностранных слов;
- неверное истолкование намерений собеседника;
- быстрый темп изложения информации;
- неполная концентрация внимания;
- наличие смысловых разрывов и скачков мысли и др.

С какими из этих факторов сталкиваетесь вы, выступая в роли получателя или отправителя сообщения? Поясните свой ответ, используя конкретные примеры из вашей речевой практики.

#### **Практические задания № 4**

1. Почему понятие информации неоднозначно? Прокомментируйте нижеприведенные определения:

- Информация – это то, что уменьшает неопределенность.
- Информация – это то, что изменяет нас.

2. Проанализируйте 2-3 телевизионных рекламных ролика. Определите, почему сообщение воспринимается как ценное, информативное. Всегда ли это происходит?

3. Почему, с позиций теории информации, считается необходимым проводить ротацию, смену руководителей фирм, президентов через определенное время (4-5 лет)?

#### **Практические задания № 5**

1. При подготовке информации к радиопрограммам предъявляются определенные требования. Радиопередачи строго делятся на 3 части: вступление (не более 35 сек. и не более 4 сообщений), основная часть (7-8 минут и не более 10 сообщений), заключение (35-40 сек. и не более 4 основных сообщений). Прослушайте 2-3 радиопередачи и проверьте, соответствует ли подготовленная информация приведенным требованиям.

2. Проанализируйте одно рекламное сообщение, обращая внимание на такие параметры, как новизна, доступность, оригинальность, избыточность информации. Какие вербальные и невербальные средства использованы для воздействия на потенциального клиента?

3. Какие факторы, на ваш взгляд, позволяют педагогу добиться успешного результата во время урока, а врачу – во время психотерапевтической беседы?

#### **Практические задания № 6**

1. Проанализируйте речь кандидатов в депутаты, президенты и аргументированно оцените ее коммуникативную доступность для читателя со средним образованием. Обратите внимание на то, что тестовый редактор MSWord автоматически оценивает доступность созданного текста как «читабельность», ориентируясь на уровень обученности читателя.

2. Эффективность речи, по мнению Ю.В. Рождественского, обеспечивается такими свойствами, как новизна информации, уместность информации и правильность речи. Согласны вы с этим тезисом? Приведите доводы в пользу своих доказательств.

3. Опираясь на теорию А. Моля, объясните, почему содержание, слова некоторых оперных арий трудно понять неподготовленному зрителю. Вспомните, что подготовленный зритель даже напевает их вслед за актером.



### **Практические задания № 7**

1. Выявите каким образом и с какой целью используются при работе с компьютером пиктограммы.
2. Запишите на аудио- или видеопленку какую-либо передачу на актуальную тему, представляющую одну из разновидностей диалогической коммуникации (интервью, деловая беседа и др.), и оцените свои умения говорения, сформированные на основе слушания. Для этого выполните следующие задания:
  - задержите в памяти содержание устной информации;
  - воспроизведите спустя некоторое время в нормальном темпе усвоенную информацию с необходимыми изменениями;
  - передайте содержание чужой речи с элементами оценки;
  - присоединитесь к чьей-либо точке зрения;
  - обобщите информацию, воспринятую в диалоге;
  - сравните, насколько полученный результат точно передает исходный материал.

### **Практические задания № 8**

1. Покажите, каким образом в речевой практике используются максимы принципа кооперации П. Грайса. Приведите примеры из ваших наблюдений. Одинакова ли реализация принципа в учебной лекции и обычном разговоре?
2. Попадали ли вы в следующие коммуникативные ситуации?

Ситуация 1. Получение информации в справочном бюро аэропорта.  
Какие максимы принципа кооперации использовались при этом. Обозначьте действия речевого акта, используя глаголы *спрашивать, информировать, объяснять, уточнять, успокаивать*. Какие невербальные компоненты коммуникации могут быть при этом использованы?

Ситуация 2. Поездка со случайными попутчиками в поезде.  
Какие вопросы вы зададите и каким образом будете соблюдать максиму такта. Важен ли при этом факт социальной дистанции? Будет ли, на ваш взгляд, данная ситуация по преимуществу фатической или по преимуществу коммуникативной?

### **Практические задания № 9**

1. Представьте свои наблюдения о том, каким образом происходит соблюдение и выполнение социально установленных норм в рамках ритуальной коммуникации в пространстве вуза.
2. Покажите на конкретных примерах, что пространство играет большую роль в межличностном взаимодействии.
3. Приведите примеры, показывающие различия между религиозными и межличностными ритуалами.

### **Примерные вопросы для подготовки к экзамену (в устной форме)**

1. Основные значения термина коммуникация. Междисциплинарный характер термина коммуникации.
2. Различные подходы к определению предмета коммуникологии. Предмет коммуникологии.
3. Объект коммуникологии. Структура коммуникативного знания.
4. Законы коммуникологии и их специфика.
5. Категориальный аппарат коммуникологии.
6. Общенаучные методы коммуникологии: моделирование, системный подход, метод сравнения.
7. Частнонаучные методы коммуникологии: контент-анализ, интен-анализ, социологический метод, герменевтика, бихевиоризм, социолингвистика, метод

наблюдения, социометрия.

8. Функции коммуникологии и их характеристики.

9. Модель Аристотеля и его основные элементы. Модель Лассуэлла. Основные элементы модели.

10. Модель Шеннона-Уивера. Характеристика основных элементов модели. Понятие шума и избыточности. Достоинства модели Шеннона-Уивера.

11. Двухканальная модель речевой коммуникации В.П. Морозова. Особенности данной модели.

12. Модель двуступенчатой коммуникации П. Лазерфельда и ее особенности.

13. Основные элементы коммуникационного процесса. Характеристика элементов коммуникационного процесса.

14. Коммуникативные барьеры: определение, классификации.

15. Средства коммуникации и их характеристика. Роль естественного языка в коммуникации. Признаки естественного человеческого языка.

16. Речь как способ передачи информации. Особенности передачи вербальной информации.

17. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации.

18. Паралингвистические компоненты невербальной коммуникации: громкость, темп, ритм и высота голоса.

19. Экстралингвистические особенности невербальной коммуникации: речевые паузы, смех, покашливание, вздохи. Мимика и взгляд в процессе общения. Жесты: определение и их классификация. Позы и походка, контакт глаз в деловой коммуникации.

20. Организация пространства и времени коммуникативного процесса. Виды зон в деловой коммуникации.

21. Диалог: определение, языковые особенности, типы. Общие правила ведения диалога.

22. Коммуникационные максимы П. Грайса. Законы диалога Ю.В. Рождественского.

23. Монолог: определение, признаки, классификация. Методы изложения материала в монологе: индуктивный, дедуктивный, метод аналогии, концентрический, ступенчатый и исторический.

24. Спор как вид речевой коммуникации. Спор и его разновидности.

25. Определение и свойства устноречевой коммуникации.

26. Говорение как вид устноречевой коммуникации. Говорение: определение и условия.

27. Слушание как вид коммуникации. Слушание: определение и задачи слушателя. Основные недостатки традиционного слушания.

28. Обратная связь в говорении и слушании.

29. Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции.

30. Чтение как вид речевой коммуникации. Этапы процесса чтения: зрительное восприятие и интерпретация прочитанного.

31. Недостатки традиционного чтения (регрессия, артикуляция, малое поле зрения, слабое развитие механизма смыслового прогнозирования, низкий уровень внимания, отсутствие гибкой стратегии чтения) и их характеристика.

32. Алгоритмы чтения: определение, виды, характеристика.

33. Письмо как вид коммуникации. Письмо: определение и особенности. Технология продуцирования письменной речи.

34. Понятие межличностной коммуникации.

35. Сущность коммуникативной компетентности.

36. Понятие социальной ситуации. Факторы социального взаимодействия. Классификация социальных ситуаций.

37. Межличностное пространство: определение, условия успешной коммуникации.

38. Пространственное структурирование межличностного взаимодействия.

39. Понятие жизненного стиля и его проблемы. Типология жизненных стилей в зависимости от социального интереса и степени активности. Коммуникативные стили:

определение.

40. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Особенности поведения в личностно ориентированном общении. Речевые приемы в межличностном взаимодействии. Коммуникативные тактики речевого поведения.
41. Функции невербальной коммуникации в межличностном общении.
42. Основные подходы к изучению коммуникации в малой группе: механистический и деятельностный подходы.
43. Малая группа: понятие, отличительные черты. Границы малой группы.
44. Разновидности малых групп. Функции групповой коммуникации.
45. Коммуникативная структура малой группы.
46. Формирование групповой сплоченности и коммуникация в малой группе.
47. Технология принятия группового решения. Фазы принятия группового решения. Понятие консенсуса.
48. Определение внутрикорпоративных коммуникаций.
49. Понятие и признаки организации.
50. Организация как открытая система. Понятия внутренней и внешней среды организации.
51. Социальная структура коммуникаций в организации.
52. Внутрикоммуникативные сети. Централизованные и децентрализованные сети и их характеристика.
53. Виды коммуникаций в организации. Вертикальные коммуникации и их разновидности. Характеристика интерактивных, нисходящих и восходящих коммуникаций в организации. Методы повышения эффективности восходящих коммуникаций.
54. Формы деловой коммуникации в организации: деловой разговор и деловая беседа; пресс-конференции; деловые переговоры.
55. Определение и функции политической коммуникации. Подходы к понятию политической коммуникации.
56. Кибернетический и структурно-функциональный подходы в теории политической коммуникации.
57. Понятие электоральной коммуникации.
58. Модели избирательной кампании и их характеристика.
59. Политическая коммуникация в информационном обществе. Понятия электронной демократии, электронного правительства.
60. Понятия культуры и межкультурной коммуникации.
61. Уровни межкультурной коммуникации: межличностный уровень, коммуникации в малых группах, в больших группах.
62. Формы межкультурной коммуникации и их характеристики.
63. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации.
64. Типы восприятия межкультурных коммуникаций и их характеристика.
65. Модели коммуникационной структуры малой группы.
66. Политическая коммуникация в информационном обществе.

#### Перечень форм оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочных средств в ФОС
1.	Деловая/ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной	1. Ролевые игры на взаимодействие в системе вопросов и ответов. 2. «Переговоры». Ролевая игра на вскрытие мотива с использованием

2.		проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	открытых вопросов. Цель: отработка техники формулирования открытых вопросов, отработка техник вербализации в режиме: повторения, перефразирования, интерпретации.
	Опрос	Оценочное средство текущего контроля, позволяющее закрепить и оценить степень усвоения знаний по определенной теме или разделу дисциплины.	Перечень вопросов по текущей теме
	Семинар	Средство текущего контроля самостоятельной работы студента по изучению и усвоению учебного материала, организованное в форме коллективного обсуждения заранее подготовленных студентами сообщений по конкретной теме.	Типовые контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы
	Практические упражнения-тренинги	Деятельность индивидуальная или группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования творческих ситуаций. Позволяет оценивать умение анализировать и решать творческие задания как индивидуально, так и совместно с группой.	<p>1. Подготовьтесь и выступите с презентацией (героя известного литературного произведения), используя различные формы публичного выступления.</p> <p>2. Психогимнастические упражнения на развитие поведенческой и коммуникативной гибкости. Партнёрские отношения. Выявление эффективности коммуникативных техник.</p> <p>3. Упражнения на приобретение навыков формулирования открытых, закрытых, альтернативных вопросов. Ролевые игры на взаимодействие в системе вопросов и ответов.</p> <p>4. Практические упражнения на отработку техник малого разговора. Упражнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в технике цитирования;</li> <li>- в технике позитивных констатаций;</li> <li>- в технике</li> </ul>

5.			информирования; - в технике интересного рассказа. 5. Упражнения на техники вербализации в режиме: повторения, перефразирования, интерпретации. 6. Упражнения на регуляцию эмоционального напряжения в техниках: подчёркивания общности с партнёром, подчёркивания значимости партнёра, вербализации собственных чувств и чувств партнёра.
	Экзамен	Средство промежуточного контроля, позволяющее осуществить оценку знаний.	Вопросы к экзамену

### Фонд тестовых заданий

по дисциплине «**«Коммуникология в рекламе и связях с общественностью»**»

#### Тест № 1

#### **1 Коммуникология рассматривает преимущественно следующие аспекты:**

- а. биологические
- б. технические
- в. социальные
- г. универсальные

#### **2. Предмет коммуникологии как науки – это**

- а. изучение механизмов информационного обмена в природной среде
- б. законы социальной коммуникации, универсальные средства и механизмы информационного обмена в обществе
- в. всеобщее в природных, социальных и технических системах коммуникационных связей
- г. информационный обмен между системами различного типа (социальными, техническими, биологическими).

#### **3. Закон минимального основания гласит, что:**

- а. при обмене информацией должно существовать не менее двух источников коммуникационного взаимодействия
- б. для осуществления коммуникации необходимо наличие хотя бы одного общего источника и приемника основания в виде системы знаков или правил приема и передачи, кодирования и декодирования информации
- в. всякая коммуникация имеет знаковый характер
- г. коммуникация возможна только при несовпадении и/или частичном совпадении информационных потенциалов участников взаимодействия

#### **4. К общенаучным методам теории коммуникации относятся:**

- а. контент-анализ
- б. метод социометрии
- в. метод моделирования

г. интент-анализ

**5. Метод моделирования относится к:**

- а. общенаучным методам теории коммуникации
- б. фокус-группам
- в. экспериментам
- г. частнонаучным методам теории коммуникации

**6. К общенаучным методам коммуникологии относятся:**

- а. контент-анализ
- б. метод социометрии
- в. метод моделирования
- г. интент-анализ

**7. Структура коммуникационной модели Аристотеля включала следующие элементы**

- а. коммуникатор
- б. обратная связь
- в. оратор
- г. сообщение

**8. Коммуникативная формула Г. Лассуэлла представляет собой:**

- а. монолог
- б. диалог
- в. полилог
- г. спор

**10. Понятие избыточности информации было введено:**

- а. К. Шенноном и У. Уивером
- б. В.П. Морозовым
- в. М. де Флером
- г. Г. Лассуэллом

**11. Массовая аудитория – это:**

- а. множество индивидов, объединенных общими интересами, целями, системами ценностей, стилем жизни, имеющие общие социальные, профессиональные, демографические и культурные признаки
- б. ученые как потребители информации, распространяемой по каналам СМИ
- в. люди в переходе, остановившиеся послушать музыканта
- г. представители партии КПРФ

**12. К коммуникативным барьерам, обусловленным факторами среды, относятся:**

- а. психологические барьеры
- б. культурные барьеры
- в. температурные условия в помещении
- г. погодные условия

**13. Формами речевой коммуникации не являются:**

- а. дискуссия
- б. обмен письмами по e-mail
- в. монолог
- г. диспут

**14. К коммуникативным максимам П. Грейса не относятся:**

- а. кооперации
- б. релевантности
- в. качества
- г. закон времени

**15. Видами устноречевой коммуникации не являются:**

- а. чтение
- б. говорение
- в. слушание

г. письмо

**16. Формула  $V = q/t \cdot K$  определяет**

- а. скорость чтения
- б. коэффициент усвоения прочитанного
- в. скорость письма
- г. коэффициент усвоения написанного

**17. Показателями уровня развития навыков чтения являются:**

- а. фиксация взгляда
- б. скорость чтения
- в. поле зрения
- г. уровень чтения

**18. Сканирование как способ чтения – это:**

- а. общее знакомство с содержанием текста, выявление его основной идеи и проблем, которые затронуты в тексте
- б. предварительное ознакомление с документом, которое включает в себя чтение оглавления документа, предисловия, заключения
- в. быстрый просмотр печатного текста с целью поиска фамилии, слова, факта
- г. чтение заключения документа

**19. Что не относится к алгоритмам чтения:**

- а. интегральный
- б. дифференциальный
- в. циклический
- г. интегральный

**20. Что не относится к признакам малой группы:**

- а. целостность
- б. удовлетворение личных запросов
- в. наличие внутренней структуры
- г. максимальное и минимальное значение малой группы

**21. Что не относится к децентрализованным коммуникативным структурам малых групп:**

- а. фронтальная
- б. полная
- в. цепочка
- г. круговая

**22. Что не относится к централизованным коммуникативным структурам малых групп:**

- а. фронтальная
- б. иерархическая
- в. полная
- г. радиальная

**23. Что не относится к восходящим коммуникациям в организации:**

- а. отчетов сотрудников
- б. предложений сотрудников по совершенствованию работы в организации
- в. жалобы
- г. распоряжений

**24. К среде прямого воздействия на организацию относятся:**

- а. состояние экономики
- б. социокультурные факторы
- в. политические факторы
- г. поставщики

**25. К характеристикам внешней среды организации не относятся:**

- а. сложность внешней среды

- б. дискретность среды
- в. подвижность среды
- г. неопределенность среды

**26. К жанрам публичной коммуникации не относятся:**

- а. научный доклад на конференции
- б. парламентские дебаты
- в. презентация на семинаре
- г. беседа топ-менеджера организации с начальником департамента

**27. К жанрам публичной коммуникации не относятся:**

- а. научный доклад на конференции
- б. парламентские дебаты
- в. презентация на семинаре
- г. беседа топ-менеджера организации с начальником департамента

**28. Интерактивные коммуникации в организации возникают в процессе взаимодействия:**

- а. руководителя и подчиненного
- б. между сотрудниками, равными по положению
- в. между различными структурными подразделениями организации
- г. между руководителем и его заместителями

**29. К условно закрытым системам относятся:**

- а. персональный компьютер
- б. электронные часы
- в. мобильный телефон
- г. автомобиль

**30. Группа людей может считаться организацией при наличии:**

- а. группы людей, имеющая общую цель
- б. два и более человек, которые считают себя частью группы
- в. группы людей с высокой профессиональной подготовкой
- г. несколько человек, которые считают себя частью группы

## Ключ к тестовым заданиям

### Тест 1.

№ вопроса	Правильный ответ
1	В
2.	Б
3.	Б
4.	В
5.	А
6.	А
7.	в
8.	А
9.	А
10.	Г
11.	Б
12.	Г
13.	Г
14.	А
15.	Б



16.	В
17.	В
18.	Г
19.	А
20.	г
21.	а
22.	в
23.	Г
24.	Г
25.	Б
26.	Г
27.	Г
28.	Б
29.	Б
30.	А

### Тест № 2

**1. К коммуникативным максимам П. Грейса не относятся:**

- а. кооперации
- б. релевантности
- в. качества
- г. закон времени

**2. Группа людей может считаться организацией при наличии:**

- а. группа людей, имеющая общую цель
- б. два и более человек, которые считают себя частью группы
- в. группа людей с высокой профессиональной подготовкой
- г. несколько человек, которые считают себя частью группы

**3. К условно закрытым системам относятся:**

- а. персональный компьютер
- б. электронные часы
- в. мобильный телефон
- г. автомобиль

**4. Интерактивные коммуникации в организации возникают в процессе взаимодействия:**

- а. руководителя и подчиненного
- б. между сотрудниками, равными по положению
- в. между различными структурными подразделениями организации
- г. между руководителем и его заместителями

**5. К жанрам публичной коммуникации не относятся:**

- а. научный доклад на конференции
- б. парламентские дебаты
- в. презентация на семинаре
- г. беседа топ-менеджера организации с начальником департамента

**6. К характеристикам внешней среды организации не относятся:**

- а. сложность внешней среды
- б. дискретность среды
- в. подвижность среды
- г. неопределенность среды

**7. К среде прямого воздействия на организацию относятся:**

- а. состояние экономики
  - б. социокультурные факторы
  - в. политические факторы
  - г. поставщики
8. **Что не относится к восходящим коммуникациям в организации:**
- а. отчеты сотрудников
  - б. предложения сотрудников по совершенствованию работы в организации
  - в. жалобы
  - г. распоряжения
9. **Что не относится к централизованным коммуникативным структурам малых групп:**
- а. фронтальная
  - б. иерархическая
  - в. полная
  - г. радиальная
10. **Что не относится к децентрализованным коммуникативным структурам малых групп:**
- а. фронтальная
  - б. полная
  - в. цепочка
  - г. круговая
11. **К жанрам публичной коммуникации не относятся:**
- а. научный доклад на конференции
  - б. парламентские дебаты
  - в. презентация на семинаре
  - г. беседа топ-менеджера организации с начальником департамента
12. **Что не относится к признакам малой группы:**
- а. целостность
  - б. удовлетворение личных запросов
  - в. наличие внутренней структуры
  - г. максимальное и минимальное значение малой группы
13. **Что не относится к алгоритмам чтения:**
- а. интегральный
  - б. дифференциальный
  - в. циклический
  - г. интегральный
14. **Сканирование как способ чтения – это:**
- а. общее знакомство с содержанием текста, выявление его основной идеи и проблем, которые затронуты в тексте
  - б. предварительное ознакомление с документом, которое включает в себя чтение оглавления документа, предисловия, заключения
  - в. быстрый просмотр печатного текста с целью поиска фамилии, слова, факта
  - г. чтение заключения документа
15. **Показателями уровня развития навыков чтения являются:**
- а. фиксация взгляда
  - б. скорость чтения
  - в. поле зрения
  - г. уровень чтения
16. **Формула  $V = q/t \cdot K$  определяет**
- а. скорость чтения
  - б. коэффициент усвоения прочитанного
  - в. скорость письма

г. коэффициент усвоения написанного

**17. Видами устной речевой коммуникации являются:**

а. чтение

б. говорение

в. слушание

г. письмо

**18. К коммуникативным максимам П. Грейса не относятся:**

а. кооперации

б. релевантности

в. качества

г. закон времени

**19. К коммуникативным максимам П. Грейса не относятся:**

а. кооперации

б. релевантности

в. качества

г. закон времени

**20. Формами речевой коммуникации не являются:**

а. дискуссия

б. обмен письмами по e-mail

в. монолог

г. диспут

**21. К коммуникативным барьерам, обусловленным факторами среды, относятся:**

а. психологические барьеры

б. культурные барьеры

в. температурные условия в помещении

г. погодные условия

**22. Массовая аудитория – это:**

а. множество индивидов, объединенных общими интересами, целями, системами ценностей, стилем жизни, имеющие общие социальные, профессиональные, демографические и культурные признаки

б. ученые как потребители информации, распространяемой по каналам СМИ

в. люди в переходе, остановившиеся послушать музыканта

г. представители партии КПРФ

**23. Понятие избыточности информации было введено:**

а. и К. Шенноном и У. Уивером

б. В.П. Морозовым

в. М. де Флером

г. Г. Лассуэллом

**24. Коммуникативная формула Г. Лассуэлла представляет собой:**

а. монолог

б. диалог

в. полилог

г. спор

**25. Структура коммуникационной модели Аристотеля включала следующие элементы**

а. коммуникатор

б. обратная связь

в. оратор

г. сообщение

**26. Коммуникология рассматривает преимущественно следующие аспекты:**

а. биологические

б. технические

- в социальные
- г. универсальные

**27. Закон минимального основания гласит, что:**

- а. при обмене информацией должно существовать не менее двух источников коммуникационного взаимодействия
- б. для осуществления коммуникации необходимо наличие хотя бы одного общего источника и приемника основания в виде системы знаков или правил приема и передачи, кодирования и декодирования информации
- в. всякая коммуникация имеет знаковый характер
- г. коммуникация возможна только при несовпадении и/ или частичном совпадении информационных потенциалов участников взаимодействия

**28. К общенаучным методам коммуникологии относятся:**

- а. контент-анализ
- б. метод социометрии
- в. метод моделирования
- г. интент-анализ

**29. Метод моделирования относится к:**

- а. общенаучным методам коммуникологии
- б. фокус-группам
- в. экспериментам
- г. частнонаучным методам теории коммуникации

**30. К вербальной коммуникации не относится:**

- а. говорение
- б. слушание
- в. кинесика
- г. письмо

**Ключ к тестовым заданиям**

**ТЕСТ 2.**

№ вопроса	Правильный ответ
1.	Г
2.	А
3.	Б
4	Б
5	Г
6.	Б
7	Г
8	Г
9.	В
10.	А
11.	Г
12	Г
13	В
14	В
15.	Б
16	А
17	г
18	Г
19	Г

20.	б
21	Г
22.	а
23	А
24	А
25	В
26.	в
27	Б
28.	В
29	А
30	в

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Список литературы и источников

#### Основная литература:

1. Гавра Д. Основы теории коммуникации: Учеб. пособие. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. – 273 с.
2. Корягина Н. А. Психология Общения [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / Наталья Александровна ; Корягина Н.А., Антонова Н.В., Овсянникова С.В. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 440. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-4877-6 : 1000.00.
2. **Основы теории коммуникаций:** Учебник / Под ред. М.А. Василика – М.: Гардарики, 2008. – 621 с.Разенкова, Т. В. Кросс-культурный менеджмент [Электронный ресурс] : лекция : спец. 080705.65 "Менеджмент организации" / Т. В. Разенкова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : [б. и.], 2011. - 42 с. - б. ц.
3. Панфилова А. П., Долматов А. В. Культура речи и деловое общение. В 2 частях. Часть 2. Учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2017. 258 с.
4. Садовская В. С. Эдагогика [Текст] : учеб. пособие / Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М. : МГУКИ, 2014. - 137 с. : ил. - Библиогр. с. 136-137. - ISBN 978-5-94778-351-3 : 260-.
4. Садовская В. С. Коммуникология в рекламе и связях с общественностью[Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Соц.-культ. деятельность" / В. С. Садовская, В. А. Ремизов. - М. : Владос, 2011. - 206 с. : схем. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 202-206. - ISBN 978-5-691-01542-7 : 476,19.
5. Трофимов, М. Ю. Коммуникология в рекламе и связях с общественностью[Электронный ресурс] : учеб. пособие / М. Ю. Трофимов. - 2-е, стер. - СПб. : Лань : Планета музыки, 2018. - 184 с. - Книга из коллекции Лань, Планета музыки - Музыка и театр. - ISBN 978-5-8114-4158-7.

#### Дополнительная литература:

1. Алехина И. Имидж и этикет делового человека; Дело - М., 2017. - 112 с.
2. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: Теория и практика в эпоху информации. – СПб.: Питер, 2006. – 301 с.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. (любое издание)
3. Берн Э. Люди, которые играют в игры. (любое издание)
4. Основы теории коммуникации: Учебник и практикум для вузов / Под ред. Т.Д. Венедиктовой, Д.Б. Гудковой. – Москва: Изд-во Юрайт, 2021.- 193

5. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. – 2-е изд, исп. и доп.. – Москва: Изд-вл Юрайт, 2021. – 231 с.
6. Гойхман О.Я. Речевая коммуникаций /О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – М.: ИНФРА-М, 2009.- 272 с.
7. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации: теория и практика [Текст] : учеб. для бакалавров / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева ; Гос. ун-т управления. - М. : Юрайт, 2014. - 369, [1] с. - Прил.: с. 352-369. - Кн. доступна в электрон. библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр.: с. 347-348. - ISBN 978-5-9916-3189-1 : 427-38.
- Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. – М.: Наука, 1995. – 279 с.
8. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Изд-вл Юрайт, 2021. - 415 с.
9. Кузнецов, И. Н. Современный этикет [Электронный ресурс] / И. Н. Кузнецов. - Москва : Дашков и К, 2017. - 496 с. - ISBN 978-5-394-02380-4.
- Яковлева И. Ключи к общению: Основы теории коммуникаций. – СПб: Авалон, Азбука классики, 2009. – 325 с.

### **Медиаматериалы**

1. <https://www.youtube.com/watch?v=C9qqRwtXwUM> — Как Apple стала самой дорогой компанией мира
2. <https://www.youtube.com/watch?v=u0f0BS6uy9c> — Стоит ли компаниям организовывать корпоративы
3. <https://www.youtube.com/watch?v=hDGGI7pFH5g> — Мировая премьера автомобиля Aurus
4. <https://www.youtube.com/watch?v=zcBq6YFe2pU> — Завтрак на траве
5. <https://www.youtube.com/watch?v=Gw-nNNFB5K8> — Кто такие инфлюенсеры и зачем они нужны
6. <https://www.youtube.com/watch?v=bsDvd6Cvvqw> — Свинка Пеппа идет в наступление на пиратов

### **7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется информационная справочная система: электронно-библиотечная система elibrary.

*Доступ в ЭБС:*

- ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ООО НЭБ Режим доступа [www.eLIBRARY.ru](http://www.eLIBRARY.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.

*А также:*

1. Электронная библиотечная система Book.ru: <http://www.book.ru/>
2. Электронная библиотека диссертаций Российской Государственной библиотеки: <http://diss.rsl.ru/>
3. Университетская библиотека: <http://www.biblioclub.ru/>
4. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
5. Университетская информационная система России: <http://uisrussia.msu.ru/>
6. Электронный ресурс издательства Springer: <http://www.springerlink.com/>
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>
8. Электронная библиотека IQlib: <http://www.iqlib.ru/>
1. [www.academim.org](http://www.academim.org)

2. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
3. [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru)
4. [www.raso.ru](http://www.raso.ru)

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)<sup>5</sup>**

Занятия по изучению дисциплины Коммуникология в рекламе и связях с общественностью требуют систематичности, последовательности, повторения пройденного, четкого усвоения актуальных тем, приобретения умений и навыков в рамках профессиональных компетенций.

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на занятиях лекционного, семинарского типа, практическим занятиям) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям, занятиям семинарского типа, практическим занятиям) работу обучающегося.

Самостоятельная работа студентов - это индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства преподавателя, которая призвана обеспечить более глубокое личностное усвоение дисциплины.

Формы самостоятельной работы студентов, соответствующие контенту учебной дисциплины и степени подготовленности учащихся, определяются учебным планом и кафедрами при разработке рабочих программ учебных дисциплин. Кроме того, формы самостоятельной работы студентов могут быть связаны с теоретическими курсами и иметь учебный или учебно-исследовательский характер.

В соответствии с Положением о самостоятельной работе студентов, утвержденном на заседании Ученого совета МГИК, формы самостоятельной работы студентов могут быть следующими:

- подготовка и написание докладов, очерков и других письменных работ на заданные темы;
- решение задач (перевод и пересказ текстов, подбор и изучение литературных источников, разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.);
- выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы;
- подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Самостоятельная работа студентов, формирующая навыки осуществления столь значимой научно-исследовательской/творческой деятельности, и способствующая систематизации, закреплению и расширению теоретико-методологических и технологических знаний и умений в контексте выбранной специальности, предполагает:

- поиск и отбор учебных и специальных научных материалов по конкретному вопросу, теме, предмету;
- чтение основной и дополнительной литературы по конкретной проблематике в рамках той или иной учебной дисциплины;
- работа с информационно-вспомогательными материалами (в библиотеке/информационных центрах с различными видами ресурсов – каталоги, энциклопедии, справочники и словари, существующими на традиционном (бумажном) носителе и в электронной форме, в том числе в качестве Интернет-ресурсов);
- самостоятельный подбор источников информации, в том числе через интернет;
- конспектирование первоисточников;
- аннотирование отобранных материалов;

---

<sup>5</sup> Методические материалы по дисциплине могут входить в состав рабочей программы, либо разрабатываться отдельным документом.

- реферирование первоисточников;
- обзорно-аналитическая деятельность (составление обзоров публикаций по конкретной теме);
- составление схем, таблиц и т.д.;
- составление библиографической картотеки (в том числе в электронном виде) первоисточников, систематизированных по алфавиту или по предметно-тематическому признаку;
- прослушивание учебных аудиовизуальных материалов;
- подготовка мультимедийных презентаций по конкретной теме;
- выполнение домашних контрольных работ;
- подготовка устного сообщения/реферата/доклада для выступления на семинарском или лекционном занятии;
- выполнение практических заданий репродуктивного типа (тесты, ответы на вопросы, решение задач и т.д.);
- подготовка к участию в деловой игре, конкурсе, творческом соревновании;
- ведение дневника (наблюдений, практики, самоподготовки и т.д.).

Все виды самостоятельной работы студентов можно систематизировать следующим образом:

- репродуктивная (самостоятельное прочтение, просмотр, конспектирование учебной, научной и методической литературы, интернет-ресурсов, прослушивание лекций, пересказ, заучивание, запоминание, повторение учебного материала и др.);
- познавательного-поисковая (подготовка сообщений, докладов, выступлений на семинарских и практических занятиях, подбор материалов по учебной проблеме, подготовка контрольной, курсовой работы и т.д.);
- творческая (участие в научно-исследовательской работе – написание рефератов, научных статей, подготовка презентаций, проектов и т.д.).

Обязательным элементом самостоятельной работы студентов является ведение необходимых записей. Основными формами записей являются конспект, выписки, тезисы, аннотации и т.д.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ КОНСПЕКТА**

### **Основные виды систематизированной записи прочитанного:**

1. Аннотации, резюме - предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
2. Планирование - краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
3. Тезисы - лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
4. Цитаты - дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;
5. Выписки - это краткие записи в форме цитат (дословное воспроизведение отрывков источника, произведения, статьи, содержащих существенные положения, мысли автора), либо лаконичное, близкое к тексту изложение основного содержания.
6. Конспектирование - краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект - сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

### **Методические рекомендации по составлению конспекта:**

1. Внимательно читайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные



слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Контроль самостоятельной работы студентов над выполнением учебного плана дисциплины осуществляется в ходе практического занятия методом устного опроса или посредством тестирования.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К САМОСТОЯТЕЛЬНЫМ ЗАДАНИЯМ**

Все типы заданий, выполняемых студентами по дисциплине «Коммуникология в рекламе и связях с общественностью», в том числе в процессе самостоятельной работы, так или иначе содержат установку на приобретение и закрепление определенного Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования объема знаний, а также на формирование в рамках этих знаний некоторых навыков мыслительных операций - умения оценивать, анализировать, сравнивать, комментировать и т.д.

Некоторые задания требуют пояснения:

1. Прокомментировать высказывание - объяснить, какая идея заключена в отрывке, о какой позиции ее автора она свидетельствует.

2. Сравнить - выявить сходство и различие позиций по определенным признакам.

3. Обосновать один из нескольких предложенных вариантов ответа - привести аргументы в пользу правильности выбранного варианта ответа и указать, в чем ошибочность других вариантов.

4. Аргументировать (обосновать, доказать, объяснить) ответ - значит:

а) оправдать (опровергнуть) некоторую точку зрения;

б) обосновать свою точку зрения, опираясь на теоретические или практические обобщения, данные и т.д.

5. Провести анализ - разложить изучаемые явления на составные части, сопоставить их с целью выявления в них существенного, необходимого и определяющего.

6. Тезисно изложить идею, концепцию, теорию - используя материал учебных пособий и другой литературы, кратко, но не в ущерб содержанию сформулировать основные положения учения.

7. Дать характеристику, охарактеризовать явления - значит назвать существенные, необходимые признаки какого-либо явления (положения какой-либо теории) и выявить особенности.

8. Изобразить схематически - значит раскрыть содержание ответа в виде таблицы, рисунка, диаграммы и других графических форм

### **Методические рекомендации по написанию эссе:**

Эссе - прозаическое сочинение - рассуждение небольшого объема со свободной композицией. Жанр критики и публицистики, свободная трактовка какой-либо проблемы. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем - либо и может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный, педагогический, психологический, беллетристический характер.

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем).

Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Писать эссе чрезвычайно полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Семинарское занятие - форма самостоятельной работы студентов, позволяющая приобщить студентов к научному использованию источников и литературы. Семинар это форма творческой работы, позволяющая к тому же и закрепить, и углубить имеющиеся знания. Следует разумно организовывать работу по подготовке к семинарскому занятию.

Подготовку к каждому семинарскому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме.

На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Работа с литературными источниками в процессе подготовки к семинарским занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Работу следует организовать в такой последовательности:

- прочтение рекомендованных глав из различных учебников;
- ознакомление с остальной рекомендованной литературой из обязательного списка;
- чтение и анализ каждого источника (документа).

При работе с каждым документом надо ответить для себя на следующие вопросы:

а) кто автор документа?

б) какое место эти авторы занимали в обществе?

в) как мы должны относиться к его свидетельствам, какой ракурс оценки событий он представлял?

г) каковы причины различного отношения современников к событиям?

д) следует уяснить значение тех архаичных и незнакомых терминов, что встречаются в тексте.

Выводы из анализа документа должны делаться самостоятельно: хотя в фундаментальных науках не следует пренебрегать авторитетами знаменитых авторов, но следует помнить, что не все научные положения являются бесспорной истиной. Критическое отношение (конечно, обдуманное) является обязательным элементом научной аналитической работы.

### **Подготовка доклада**

#### *Структура выступления*

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. *Вступление* должно содержать: название, сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, живую интересную форму изложения, акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

*Основная часть*, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов.

*Заключение* – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

### **Подготовка презентации**

Многие вопросы семинарского занятия по дисциплине «Коммуникология в рекламе и связях с общественностью» предполагают подготовку презентации. Презентация – способ подачи информации, в котором присутствуют рисунки, таблицы, фотографии, анимация и др.

Для подготовки презентации рекомендуется использовать: PowerPoint, MS Word, Acrobat Reader, LaTeX-овский пакет beamer. Самая простая программа для создания презентаций – Microsoft PowerPoint.

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию. Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации, продолжительность выступления, контекст презентации.
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

#### Практические советы по подготовке презентации

- готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал;
  - слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;
  - текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;
  - рекомендуемое число слайдов 17-22;
  - обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;
  - раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием;
- раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

#### Критерии оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов

Формой текущего контроля самостоятельной работы по курсу является оценка работы студентов на семинарских (практических) занятиях.

В соответствии с целями и задачами курса выполнение самостоятельной работы предполагает следующие оценки знания:

**Максимальное количество – 5 баллов – студент получает при выполнении следующих условий:**

- выступление с сообщением по одному из вопросов семинарского (практического) занятия;
- активное использование дополнительной рекомендуемой литературы по курсу;
- умение находить требующуюся информацию, анализировать и интерпретировать ее в соответствии с целями и задачами семинарского (практического) занятия;
- умение ориентироваться во всем массиве изучаемого материала, соотносить новый материал с пройденным;
- наличие конспекта источников по теме, изучаемой самостоятельно студентом;
- умение использовать термины;
- умение сформировать и обосновать свою позицию, аргументировать ее;
- умение сформулировать общие выводы и тезисы по выбранной теме;
- оформление конспектов в соответствии с требованиями.

#### ДЕЛОВАЯ ИГРА. ИМИТАЦИОННЫЕ УПРАЖНЕНИЯ

Одним из наиболее эффективных активных методов обучения является деловая игра.

Педагогическая суть деловой игры - активизировать мышление студентов, повысить самостоятельность будущего специалиста, внести дух творчества в обучение, приблизить его к профориентационному, подготовить к профессиональной практической деятельности. Главным вопросом в проблемном обучении выступает «почему?», а в

деловой игре - «что было бы, если бы...?»

Данный метод раскрывает личностный потенциал студента: каждый участник может продиагностировать свои возможности в одиночку, а также и в совместной деятельности с другими участниками.

В процессе подготовки и проведения деловой игры каждый участник должен иметь возможность для самоутверждения и саморазвития. Преподаватель должен помочь студенту стать в игре тем, кем он хочет быть, показать ему самому его лучшие качества, которые могли бы раскрыться в ходе общения.

Деловая игра - это контролируемая система, так как процедура игры готовится, и корректируется преподавателем. Если игра проходит в планируемом режиме, преподаватель может не вмешиваться в игровые отношения, а только наблюдать и оценивать игровую деятельность студентов. Но если действия выходят за пределы плана, срывают цели занятия, преподаватель может откорректировать направленность игры и ее эмоциональный настрой.

Прежде чем приступить к организации деловой игры в учебном процессе, рекомендуется начинать с имитационных упражнений. Они отличаются меньшим объемом и ограниченностью решаемых задач.

Имитационные упражнения ближе к учебным играм. Их цель - предоставить студентам возможность в творческой обстановке закрепить те или иные навыки, акцентировать внимание на каком-либо важном понятии, категории, законе. В условии должно содержаться обязательное противоречие, то есть в имитационном упражнении есть элемент проблемности.

После имитационных упражнений можно переходить к деловым играм. В учебном процессе вуза - это скорее, ролевая игра, так как студенты еще не владеют в полной мере своей специальностью. Цель данной игры - сформировать определенные навыки и умения студентов в их активном творческом процессе.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ**

Экзамен по дисциплине «Коммуникология в рекламе и связях с общественностью» является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекциях, семинарских, практических занятиях и процессе самостоятельной работы.

Экзамен дает возможность преподавателю:

- выявить уровень освоения обучающимися программы учебной дисциплины;
- оценить формирование определенных знаний и навыков их использования, необходимых и достаточных для будущей самостоятельной работы;
- оценить умение обучающихся творчески мыслить и логически правильно излагать ответы на поставленные вопросы.

Экзамен проводится в форме собеседования, в процессе которого обучающийся отвечает на вопросы преподавателя.

В период подготовки к экзамену обучающиеся вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые.

Подготовка обучающихся к экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие к экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в вопросах.

Литература для подготовки к зачету рекомендуется преподавателем.

Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников. Обучающийся вправе сам придерживаться любой из представленных в

учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией, которые в силу новизны не вошли в опубликованные печатные источники. В ходе подготовки к экзамену студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем..

Экзамен проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал. По окончании ответа преподаватель может задать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы. Положительным также будет стремление студента изложить различные точки зрения на рассматриваемую проблему, выразить свое отношение к ней, применить теоретические знания по современным проблемам экологии. Результаты экзамена объявляются студенту после окончания его ответа в день сдачи.

Результаты экзамена объявляются студенту после окончания ответа в день сдачи.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.**

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания тем дисциплины на лекционных занятиях;

- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

- фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;

- формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, PowerPoint;

Adobe Photoshop;

Adobe Premiere;

Power DVD;

Media Player Classic.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется информационная справочная система - электронно-библиотечная система e-library.

## **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Реализация учебной дисциплины «Коммуникология в рекламе и связях с общественностью» осуществляется с использованием материально-технической базы, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных программой учебной дисциплины и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам нормам:

- аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения;

- аудитории для проведения групповой работы и пленарных дискуссий; аудитории для проведения тренингов;
- комплект оборудования для проведения деловых игр (доски, планшеты, ватман, фломастеры и др.).

Учебные занятия по дисциплине «Коммуникология в рекламе и связях с общественностью» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования и программного обеспечения
Занятия лекционного типа	409,430,431 Аудитории, оснащенные проекционным оборудованием
Занятия семинарского типа	Учебный компьютерный центр (ауд. 1109) Компьютер «Бест РМ» Intel Core2Duo E4600 2,4Ghz/ 2Mb/ 800MHzs-775/M/B ASUSTeK P5KPL/ 2DDRII 1024Mb PC 5300 (667MHz) /HDD250Gb/ DVD-RW/FDD/ Key/Mous/LCD Samsung 19//-30 шт.
Самостоятельная работа студентов	Лаборатория по рекламе и связям с общественностью в коммуникациях (ауд. 409) Компьютер «Makintosh» 2,4Ghz/ 2Mb/ 800MHzs-775/M/B ASUSTeK P5KPL/ 2DDRII 1024Mb PC 5300 (667MHz) /HDD250Gb/ DVD-RW/FDD/ Key/Mous/LCD Samsung 19//-15шт. Научно-техническая библиотека

## 11. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению Реклама и связи с общественностью, общий профиль подготовки.

Автор: **Макушева Ольга Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент.  
Программа одобрена на заседании кафедры Рекламы и связей с общественностью  
21 июня 2021 года Протокол № 13.



## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.О.04 «КОММУНИКОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
общего профиля

**Цели освоения дисциплины** - дать студентам целостное представление об уровнях коммуникаций, видах и моделях коммуникативных систем, их единицах, а также социально значимых категориях и частных функциях коммуникаций, что способствует повышению коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере связей с общественностью; развить навыки социального взаимодействия и реализации своей роли в команде и использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.

Ставятся **задачи**: научить студентов творчески мыслить, применять полученные теоретические знания и практические навыки использования моделей коммуникативных систем в своей профессиональной деятельности; осуществлять социальные и профессиональные коммуникации, овладеть навыками свободной коммуникации с применением платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. А также сформировать позитивную мотивацию в освоении данного курса.

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:**

**УК-3** Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:** теорию и методологию психологии управления

**уметь:** организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения

**владеть:** психологическими методами управления

**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.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**знать:** совокупность экономических факторов, политических, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

**уметь:** осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

**владеть:** профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме **экзамена**.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет **4 зачетные единицы**.