

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета филологии и журналистики  
*И.А. Соколова* И.А. Соколова  
(подпись, расшифровка подписи)



"30" августа 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

*«Б.1.В.ДВ.3.2 Теория коммуникации»*

Уровень высшего образования

**БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки

*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*  
(кол и языковое направление подготовки)

*Общий профиль*

(взаимосвязан с направленностью (профилем) образовательной программы)

Тип образовательной программы

*Программа прикладного бакалавриата*

Квалификация

*Бакалавр*

Форма обучения

*Очная*

Оренбург 2015

**Рабочая программа дисциплины «Б.1.В.ДВ.3.2 Теория коммуникации» /сост.  
Л.В. Анпилогова - Оренбург: ОГУ, 2015**

Рабочая программа предназначена студентам очной формы обучения по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

## Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины .....	4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
3 Требования к результатам обучения по дисциплине .....	6
4 Структура и содержание дисциплины .....	7
4.1 Структура дисциплины .....	7
4.2 Содержание разделов дисциплины .....	8
4.3 Практические занятия (семинары) .....	9
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины .....	10
5.1 Основная литература .....	10
5.2 Дополнительная литература .....	11
5.3 Периодические издания .....	11
5.4 Интернет-ресурсы .....	11
5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий .....	11
6 Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	11
Лист согласования рабочей программы дисциплины .....	12
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины .....	13
Приложения:	15
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	15
Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	17

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель (цели)** освоения дисциплины: овладение системными знаниями по основам теории коммуникации с целью помочь будущим специалистам осознать себя профессионалами в деятельности по рекламе и PR; ознакомление студентов с общими тенденциями развития теории коммуникации; создание предпосылок для взаимодействия специалиста с людьми, осуществление его взаимопонимания с человеком в процессе профессиональной деятельности; формирование основополагающих знаний, умений, навыков и компетенций у студентов в области культуры массовых коммуникаций в сфере деятельности PR-специалиста.

### **Задачи:**

#### *1) теоретический компонент:*

- получить базовые представления о целях, задачах, теоретических основах теории коммуникации, её роли в современном обществе и её функциях;
- иметь представление о видах коммуникации как необходимого элемента профессиональной деятельности специалиста;
- изучить основные понятия и основные разделы теории коммуникации;
- знать основные приемы и методы коммуникации с различными людьми в своей профессиональной деятельности;
- знать технологию осуществления коммуникации, владеть тактикой и стратегией коммуникации в профессиональной деятельности;
- знать основные теории коммуникации;
- знать различные коммуникативные модели, модели массовой коммуникации, модели коммуникации в массовой культуре.

#### *2) познавательный компонент:*

- владеть информацией об основных правилах теории коммуникации;
- уметь привести примеры эффективной коммуникации в процессе профессиональных отношений;
- получить базовые навыки культуры массовых коммуникаций;
- обладать «информационной жадностью» ко всему новому, необычному, интересному, происходящему как в профессиональной сфере, так и в окружающем мире;
- представлять механизм коммуникации, его содержание и структурно-функциональную наполняемость;
- помочь студентам – будущим специалистам осмыслить такой важный аспект их профессиональной деятельности, как коммуникация, благодаря которому человек через совершенствование коммуникативных умений и навыков сможет совершенствовать себя, расти нравственно и духовно, самореализоваться в выбранной профессии;
- правильно использовать знания о вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной деятельности;
- уметь применять систему управления коммуникативными процессами в профессиональной деятельности PR-специалиста;

#### *3) практический компонент:*

- знать основные техники осуществления коммуникации для решения коммуникативных задач в сфере профессиональной деятельности;
- получить представление о процессе моделирования различных коммуникативных ситуаций, возникающих в процессе профессиональной деятельности;
- сформировать навыки коммуникативного взаимодействия в деятельности по рекламе и PR;
- сформировать навыки культуры речевого поведения, позволяющие ориентироваться в коммуникативном процессе;
- учитывать специфику коммуникативной аудитории;
- овладеть техникой различных видов коммуникативной деятельности;
- владеть изобразительными средствами выражения мысли;
- уметь работать с фактами, материалом, примерами сравнения, ссылками;
- формировать у будущих журналистов коммуникативные умения и навыки в процессе деятельности как обязательного условия их профессионального мастерства, способствующего активизировать внутренние резервы, энергию человека и направить их на созидание себя и других;

- анализировать коммуникативные модели, необходимые для использования в профессиональной деятельности;
- уметь управлять коммуникативными процессами в массовой культуре.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.2 История*

Требования к входным результатам обучения, необходимым для освоения дисциплины

<p><b><u>Знать:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику общественной миссии PR -специалиста и PR деятельности на современном этапе развития общества;</li> <li>- функции ПР в истории развития общества для формирования гражданской позиции;</li> <li>- особенности профессиональной деятельности PR -специалиста.</li> </ul> <p><b><u>Уметь:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</li> <li>-осуществлять общественную миссию рекламы и связей с общественностью с учетом основных этапов и закономерностей исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</li> <li>- эффективно реализовывать функции связей с общественностью на современном этапе развития общества;</li> <li>- понимать смысл свободы и социальной ответственности PR -специалиста в обществе и следовать этому в профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b><u>Владеть:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологией осуществления профессиональной деятельности журналиста;</li> <li>- техникой реализации функций СМИ в современном обществе.</li> </ul>	<p>ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции</p>
<p><b><u>Знать:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- базовые характеристики PR деятельности;</li> <li>- специфику профессии PR -специалиста с учетом способности к самоорганизации и самообразованию.</li> </ul> <p><b><u>Уметь:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать сущность профессии связей с общественностью как социальной, информационной, творческой;</li> <li>- понимать смысл социальных ролей PR -специалиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций;</li> <li>- самоорганизовываться и самообразовываться.</li> </ul> <p><b><u>Владеть:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- техникой и приемами осуществления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламы.</li> </ul>	<p>ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию</p>

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p><b><u>Знать:</u></b>  - основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;  - базовые характеристики различных сфер жизнедеятельности человека.</p> <p><b><u>Уметь:</u></b>  - использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;</p> <p><b><u>Владеть:</u></b>  - техникой и приемами осуществления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламы с точки зрения правовых взаимоотношений.</p>	<p>ОК-4 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности</p>
<p><b><u>Знать:</u></b>  - социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия людей;  - базовые характеристики коммуникативных взаимоотношений в деятельности специалиста по рекламе и PR.</p> <p><b><u>Уметь:</u></b>  - работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;  - понимать сущность профессии связей с общественностью как социальной, информационной, творческой;  - понимать смысл социальных ролей в PR деятельности, качеств личности, необходимых для работы в коллективе.</p> <p><b><u>Владеть:</u></b>  - техникой и приемами осуществления работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>	<p>ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>
<p><b><u>Знать:</u></b>  - базовые характеристики PR деятельности;  - специфику профессии PR -специалиста с учетом способности к самоорганизации и самообразованию.</p> <p><b><u>Уметь:</u></b>  - понимать сущность профессии связей с общественностью как социальной, информационной, творческой;  - понимать смысл социальных ролей PR -специалиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций;  - самоорганизовываться и самообразовываться.</p> <p><b><u>Владеть:</u></b>  - техникой и приемами осуществления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламы.</p>	<p>ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию</p>
<p><b><u>Знать:</u></b>  - основные приемы и методы планирования и организации PR деятельности;  - тенденции развития системы PR и умелого использования её особенностей в современном обществе;  - нормы и правила создания PR -продуктов в деятельности специалиста по рекламе и PR.</p> <p><b><u>Уметь:</u></b>  - планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в PR деятельности;  - ориентироваться в коммуникативном процессе, происходящем в современном обществе;</p>	<p>ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>- выбирать актуальные темы для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками целостного подхода к анализу проблем PR;</p> <p>- навыками ведения эффективной дискуссии в профессиональной деятельности при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>- владеть методами сбора информации, её проверки и анализа.</p>	
<p><b>Знать:</b></p> <p>- информационно-коммуникационные технологии, применяемые в системе PR деятельности и рекламы.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</p> <p>- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности по созданию эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечению внутренней и внешней коммуникации.</p>	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
<p><b>Знать:</b></p> <p>- основные приемы и методы планирования, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>- тенденции развития системы PR и умелого использования её особенностей в современном обществе;</p> <p>- нормы и правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>- ориентироваться в коммуникативном процессе, происходящем в деятельности специалиста по рекламе и PR;</p> <p>- выбирать актуальные темы для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками целостного подхода к анализу проблем PR;</p> <p>- навыками ведения эффективной дискуссии в профессиональной деятельности при планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>- владеть методами сбора информации, её проверки и анализа.</p>	ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов
------------	-----------------------------------

	2 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>35,25</b>	<b>35,25</b>
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
<b>Самостоятельная работа:</b> - подготовка к круглому столу (КС); - подготовка домашнего задания (ДЗ); - написание контрольной работы (КР); - написание реферата (Р); - самостоятельное изучение разделов; - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к коллоквиумам; - подготовка к рубежному контролю и т.п.).	<b>72,75</b>	<b>72,75</b>
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)</b>	<b>экзамен</b>	

#### Разделы дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникация в современном обществе.	11	2	2	-	7
2	Основные виды коммуникации.	14	3	2	-	9
3	Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре.	18	3	2	-	13
4	Прикладные модели массовой коммуникации.	13	2	2	-	9
5	Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности.	13	2	2	-	9
6	Модели кризисных коммуникаций.	13	2	2	-	9
7	Управление коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и PR.	13	2	2		7
8	Коммуникация в организациях.	13	2	2		9
	Итого:	108	18	16		74
	Всего:	108	18	16		74

#### 4.2 Содержание разделов дисциплины

##### Раздел № 1 Коммуникация в современном обществе.

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

##### Раздел № 2 Основные виды коммуникации.

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



4. Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.

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

1. Коммуникативные модели в массовой культуре.
2. Особенности коммуникативных моделей.
3. Социологические и психологические модели коммуникации.
4. Семиотические модели.
5. Модели психотерапевтической коммуникации.

### **Раздел № 4 Прикладные модели массовой коммуникации.**

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

### **Раздел № 5 Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности.**

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

### **Раздел № 6 Модели кризисных коммуникаций.**

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

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

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

### **Раздел № 8 Управление коммуникативными процессами.**

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

#### **4.3 Практические занятия (семинары)**

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	1. Понятие коммуникации как процесса осуществления речевой деятельности. 2. Роль коммуникации в современном обществе и PR деятельности.	2
2	2	1. Соотношения между вербальной и невербальной коммуникациями.	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		2. Особенности невербальной коммуникации. 3. Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.	
3	3	1. Социологические и психологические модели коммуникации. 2. Семиотические модели. 3. Модели психотерапевтической коммуникации.	2
3	4	1. Модели массовой коммуникации. Методы анализа массовой коммуникации. 2. Коммуникативное пространство в массовой культуре.	2
4	5	1. Имиджевая коммуникация в PR. 2. Соотношения художественной коммуникации и коммуникации в рекламе и связям с общественностью. 3. Мифологическая коммуникация. Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.	2
4	6	1. Особенности кризисных коммуникаций в PR деятельности. 2. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.	2
5	7	1. Аргументирующая коммуникация как один из способов управления коммуникативными процессами. 2. Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации.	2
5	8	1. Организационные коммуникации. 2. PR-отделы в организациях и PR-фирмы. Структура и обязанности PR-отделов. Штатные PR-сотрудники. 3. Необходимость обращения к специализированным PR-фирмам. 4. Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах. 5. Правила речевого этикета и ведения диалога. 6. Корпоративная культура.	2
		Итого:	16

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

1. **Коробейникова, А. А.** Речевая служебная культура [Текст] : практикум: учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки 32700.62 Филология / А. А. Коробейникова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет.образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : ОГУ, 2015. - 171 с. : табл; 10,69 печ. л. - Библиогр.: с. 169-171. - ISBN 978-5-7410-1181-2. Издание на др. носителе [Электронный ресурс].

2. **Третьяков, В.Т.** Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики : учебное пособие / В.Т. Третьяков. - М. :Директ-Медиа, 2013. - 881 с. - ISBN 978-5-4458-3420-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221> (16.11.2015).

3. **Шаронова, С.А.** Социальные технологии: деловые игры : учебное пособие / С.А. Шаронова ; Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет, С.Н. ФАКУЛЬТЕТ, о.с. Кафедра. - М. : Издательство ПСТГУ, 2013. - 224 с. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-7429-0601-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277161> (16.11.2015).

4. **Каменева, В.А.** Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие / В.А. Каменева. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 168 с. - ISBN 978-5-8353-1529-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504> (16.11.2015).

## 5.2 Дополнительная литература

1. **Садохин, А. П.** Введение в межкультурную коммуникацию [Текст] : учеб. пособие / А. П. Садохин. - 2-е изд., стер. - М. : Омега - Л, 2010. - 190 с. - (Библиотека высшей школы). - Библиогр.: с. 188-189. - ISBN 978-5-370-01722-3.

2. **Гойхман, О. Я.** Речевая коммуникация [Текст] : учеб. для вузов / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 272 с. - (Высшее образование). - Словарь : с. 248-268. - Библиогр.: с. 269-270. - ISBN 978-5-16-002657-2.

3. **Караяни, А. Г.** Психология общения и переговоров в экстремальных условиях [Текст] : учеб. пособие для вузов / А. Г. Караяни, В. Л. Цветков. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 248 с. : ил. - Терминолог. слов.: с. 233-241. - Библиогр.: с. 242-243. - ISBN 978-5-238-01608-5.

4. **Замедлина, Е. А.** Этика и психология делового общения [Текст] : учеб. пособие / Е. А. Замедлина. - 2-е изд. - М. : РИОР, 2009. - 112 с. - ISBN 978-5-369-00368-8.

5. **Романов, А. А.** Массовые коммуникации [Текст] : учеб. пособие для вузов / А. А. Романов, Г. А. Васильев. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 236 с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 232-233. - ISBN 978-5-9558-0083-7.

## 5.3 Периодические издания

Журналы:

- «Вопросы философии»;
- «Общественные науки и современность»;
- «Журналист».

## 5.4 Интернет-ресурсы

1. «Медиалогия» ([www.medialogia.ru](http://www.medialogia.ru))
2. «Интегрум» ([www.integrum.ru](http://www.integrum.ru))
3. «Регнум» ([www.regnum.ru](http://www.regnum.ru))
4. «Паблик.Ру» ([www.pablic.ru](http://www.pablic.ru))

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

1. Microsoft Word
2. Microsoft Office
3. Internet Explorer

## 6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. компьютер;
2. проектор;
3. экран;
4. телевизор;
5. видеомagnитофон.

**К рабочей программе прилагаются:**

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

**ЛИСТ**  
**согласования рабочей программы**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
код и наименование

Профиль: Общий профиль

Дисциплины: Б.1.В.ДВ.3.2 Теория коммуникации

Форма обучения: \_\_\_\_\_  
очная

(полная, очно-заочная, заочная)

Год набора 2015

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № 5 от "15" декабря 2014.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики Ю.В. Кудникова

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи



Исполнители:

Доцент

подпись



подпись

Л.В. Анпилогова

расшифровка подписи

подпись

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

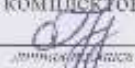
код и наименование

подпись

расшифровка подписи



Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

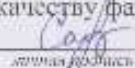


подпись

Н.Н. Грица

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета



подпись



расшифровка подписи

Рабочая программа зарегистрирована в ОИОТ ЦИТ

Начальник отдела информационных образовательных технологий ЦИТ

подпись

Е.В. Дырдина

расшифровка подписи

## Дополнения и изменения в рабочей программе на 2016 год набора

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
подготовки специалистов

Профиль: Общий профиль

Дисциплина: Б.1.В.ДВ.3.2 Теория коммуникации

Форма обучения: очная  
(форма очно-заочной заочной)

Внесенные изменения на 2016 год набора

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета (директор института)

И.С.Савельев И.А.Соловьева  
(подпись) (подпись)

“ ” 20... г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

### 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

#### 5.1 Основная литература

1. **Липатова, В.Ю.** Рефлексивная риторика : учебное пособие / В.Ю. Липатова. - СПб : Алтейя, 2013. - 292 с. - ISBN 978-5-91419-664-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=136053> (05.12.2015).

2. **Логотова, Е.** Психология делового общения : учебное пособие / Е. Логотова, И. Якиманская, Н. Биктина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Орскбургский государственный университет». - Орскбург : ОГУ, 2013. - 196 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259249> (05.12.2015).

#### 5.4 Интернет-ресурсы

1. Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор» ([www.feb-web.ru](http://www.feb-web.ru))
2. «Паблик.Ру» ([www.pablic.ru](http://www.pablic.ru))

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

Обновление лицензии Adobe Acrobat 8.0 Professional, Официальный сайт: <http://www.adobe.com/ru/>

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № 5 от "15" декабря 2015 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики Куланова Ю.В.

наименование кафедры

подпись

систематика печати

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

Исполнители:

доцент  
должность



Л.В. Анпилогова

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки


42.03.01 Реклама и связи с общественностью

наименование

подпись

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки



И.И. Гриняй

расшифровка подписи

Начальник отдела информационных образовательных технологий ЦИТ

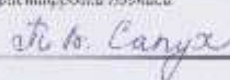
Эксперт  
по качеству  
РФФИ

подпись



Дырдина Е.В.

расшифровка подписи



**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине****Контрольные вопросы для экзамена по дисциплине:**

1. Сущность понятия коммуникации.
2. Понятие коммуникации как процесса осуществления речевой деятельности.
3. Роль коммуникации в современном обществе и PR деятельности.
4. Особенности вербальной коммуникации и её роль в PR.
5. Роль вербальной коммуникации в человеческой деятельности и деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
6. Соотношения между вербальной и невербальной коммуникациями.
7. Особенности невербальной коммуникации.
8. Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.
9. Особенности коммуникативных моделей.
10. Социологические и психологические модели коммуникации (одноступенчатая и двухступенчатая модели, спираль молчания, диффузная теория).
11. Социологические и психологические модели коммуникации (модель привратника, структура новости, метафора).
12. Семиотические модели (модель Юрия Лотмана).
13. Семиотические модели (модели Романа Jakobsona и Умберто Эко).
14. Модели психотерапевтической коммуникации (нейролингвистическое программирование).
15. Модели психотерапевтической коммуникации (психоанализ: модели З. Фрейда, К. Юнга).
16. Модели психотерапевтической коммуникации (групповая психотерапия (психодрама, группы встреч).
17. Модели коммуникации в решении специальных задач массовой культуры.
18. Модели коммуникации в массовой культуре (Ю. Лотмана, Дж. Фиске, Р. Ходжа - Г. Кресса, Л. Ионина и Т. Чередниченко).
19. Модели массовой коммуникации (У. Гемсона, Э. Ноэль-Нойман, Т. Паттерсона).
20. Методы анализа массовой коммуникации (контент-анализ и анализ слухов).
21. Коммуникативное пространство в массовой культуре (вербальная, визуальная, перформансная коммуникации).
22. Имиджевая коммуникация в PR.
23. Соотношения художественной коммуникации и коммуникации в рекламе и связям с общественностью.
24. Мифологическая коммуникация.
25. Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.
26. Понятие межкультурной коммуникации.
27. Теории межкультурной коммуникации.
28. Понятие кризисных коммуникаций.
29. Особенности кризисных коммуникаций в PR деятельности.
30. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.
31. Особенности управления коммуникативными процессами.
32. Аргументирующая коммуникация как один из способов управления коммуникативными процессами.
33. Пропагандистские компании.
34. Модели пропагандистской коммуникации.
35. Организационные коммуникации.
36. PR-отделы в организациях и PR-фирмы.
37. Структура и обязанности PR-отделов. Штатные PR-сотрудники.
38. Необходимость обращения к специализированным PR-фирмам.
39. Работа в пресс-центрах, пресс-службах.

40. Работа в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ).
41. Работа в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей.
42. Работа в отделах рекламы, в коммуникационных агентствах.



**Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

1. Культура массовых коммуникаций [Текст]: Учебное пособие для студентов специальностей социального и гуманитарного направлений /Л.В. Анпилогова, В.И. Капустин. - Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2011. – 433 с.
2. Методические рекомендации по дисциплине: «Культура массовых коммуникаций» [Текст] / Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ОИЭК, 2004. – 24 с.
3. Методические рекомендации по факультативу: «Культура массовых коммуникаций» [Текст] /Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ИЭК, 2004. – 24 с.
4. Образовательные возможности общения в деятельности журналиста [Текст] : Учебное пособие /Авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилогова, Тюлюлюкина Т.Н., Магеррамов И.А., Захаров. - В.Н. Оренбург: «Вестник Оренбургэнерго», 2000. – 385 с.
5. Система знаний об общении в содержании образования студентов [Текст]: Учебное пособие. /Авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилогова. - Оренбург: «Оренбургская губерния», 2001. – 167 с.
6. Культура профессионального общения журналиста [Текст]: Учебно-методическое пособие /Авт.-сост. Л.В. Анпилогова, И.А. Магеррамов. - Оренбург: РИК ГОУ ОГУ, 2003. – 118 с.
7. Риторика [Текст]: Учебное пособие для студентов спец. соц., гуманитар., и экон. направлений /Авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилогова. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2010. – 632 с.
8. Общение в деятельности журналиста [Текст]: Программа спецкурса /Авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ОГУ, 1999. – 34 с.
9. Культура общения в процессе социально полезной деятельности [Текст]: Методические указания/Авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилогова. 2-е изд., дополн. – Оренбург: ОГУ, 1999. – 25 с.
10. Культура профессионального общения» [Текст]: Методические рекомендации по дисциплине/Авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилогова. - Оренбург: ИЭК, 2004. – 49 с.