

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

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

(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2016

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № 6 от 15 января 2016г.

Заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики Ю.В. Кудашова

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Л.В. Анпилогова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись

Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Т.В. Сапук

расшифровка подписи

№ регистрации 58788

© Анпилогова Л.В., 2016

© ОГУ, 2016

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:

- познакомиться с системой отечественного законодательства; основными положениями международных документов и договоров, Конституцией РФ и т.д.;
- научиться оперативно находить нужную информацию в международных документах, нормативно-правовых актах, рекомендательных документах, грамотно её использовать;
- овладеть навыками применения правовых знаний в текущей профессиональной деятельности;
- узнать структуру общества как сложную систему; пути и средства профессионального самосовершенствования; особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления; основные социально-философские концепции и соответствующую проблематику, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития
- научиться корректно применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; анализировать информационные источники; выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики; самостоятельно анализировать различные социальные проблемы с использованием философской терминологии и философских подходов;
- овладеть умениями работать в команде, взаимодействовать с экспертами в предметных областях; навыками воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства;
- познать пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития;
- научиться анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств;
- овладеть навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний;
- узнать основы тайм-менеджмента, маркетинга, методы проектного планирования и т.д.;
- овладеть навыками самоорганизации, технологиями организации коллективной (командной работы)
- узнать основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль PR-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы; технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации и т.д.;
- научиться применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование PR-кампании; ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне и т.д.;
- овладеть методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и

переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности;

- узнать виды коммуникационных кампаний и мероприятия, основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков;

- уметь учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий и т.д.;

- овладеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий и др.

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*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.Б.9 Социокультурная коммуникация, Б.1.Б.13 Культурология, Б.1.Б.17 Теория и практика массовой информации*

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
<u>Знать:</u> - систему отечественного законодательства; основные положения международных документов и договоров, Конституции РФ, других основных нормативно-правовых документов; механизмы применения основных нормативно-правовых актов; тенденции законотворчества и судебной практики <u>Уметь:</u> - оперативно находить нужную информацию в международных документах, нормативно-правовых актах, рекомендательных документах, грамотно её использовать; с позиций правовых норм анализировать конкретные ситуации, возникающие в повседневной практике; анализировать и оценивать законодательные инициативы; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций <u>Владеть:</u> - навыками применения правовых знаний в текущей профессиональной деятельности	ОК-4 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
<u>Знать:</u> - структуру общества как сложную систему; пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; магистратура, аспирантура); - особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления; - основные социально-философские концепции и соответствующую проблематику, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития	ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Уметь: - корректно применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания); - выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики; - самостоятельно анализировать различные социальные проблемы с использованием философской терминологии и философских подходов Владеть: - способностями к конструктивной критике и самокритике. - умениями работать в команде, взаимодействовать с экспертами в предметных областях, - навыками воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства	ные и культурные различия
Знать: - пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; - закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития Уметь: анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств Владеть: навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний	ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию
Знать: - Основы тайм-менеджмента, - методы проектного планирования - основ маркетинга - методов работы - знание принципов бюджетирования - знание технологий организации коллективной (командной работы) Уметь: - управлять временем - разрабатывать календарный план с учетом имеющихся сроков и ресурсов - умение составлять бюджеты и сметы. - анализировать этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий: медиапланирование, генерация новостного потока, - организовать программу и проекты продвижения первого лица - организовать публичное мероприятие (выставку) - умение сконструировать, собрать проект Владеть: - навыками самоорганизации - программами бюджетирования проектов - методами и инструментами медиапланирования - владеть технологиями организации коллективной (командной работы) - навыками организации мероприятий	ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
Знать: - основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; роль ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы;	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
технологии создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне - предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения. виды и формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса; - концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR- кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании. Уметь: - применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование PR-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей, - ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне - быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно рассуждать и убеждать других; - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR- кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере Владеть: основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуаций; - готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне - навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности.	коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
- методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR- деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами; навыками подготовки технического задания, креативного брифа, брифа на разработку интегрированной коммуникационной кампании; базовыми навыками медиапланирования	
<u>Знать:</u> - виды коммуникационных кампаний и мероприятий - роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления; - основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков; - место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации <u>Уметь:</u> - учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества; выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности; - создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; проводить необходимые мероприятия для СМИ; - применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества; осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ. <u>Владеть:</u> - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований - готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - общими закономерностями развития журналистики как творческой деятельности в практически значимых проявлениях; системой понятий, представляющих журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста; современной методологией и методикой анализа как отдельной журналистской статьи, так и журналистского процесса в целом - принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе;	ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
- навыками журналистского творчества; основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью; профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью.	

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
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	35,25	35,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - подготовка к дискуссии (Д); - подготовка сообщения (С); - выполнение тестовых заданий в системе «Аист» (ТЗ); - выполнение домашних заданий (ДЗ); - подготовка к собеседованию (опросу) (О); - подготовка к игре (И); - самостоятельное изучение разделов дисциплины; - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю и т.п.	72,75	72,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

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

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
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 Коммуникация в организациях.

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

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Понятие коммуникации как процесса осуществления речевой деятельности. Роль коммуникации в современном обществе и PR деятельности.	2
2	2	Особенности невербальной коммуникации. Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.	2
3	3	Семиотические модели. Модели психотерапевтической коммуникации.	2
4	4	Модели массовой коммуникации. Методы анализа массовой коммуникации. Коммуникативное пространство в массовой культуре.	2
5	5	Мифологическая коммуникация. Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.	2
6	6	Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.	2
7	7	Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации.	2
8	8	Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах. Правила речевого этикета и ведения диалога. Корпоративная культура.	2
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Социокультурная коммуникация в контексте образовательного диалога [Текст] : учебное пособие / В. Л. Бенин [и др.]. - Москва : Флинта : Наука, 2017. - 312 с. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-02-039258-8. – 15 экз.
2. Мухамеджанова, Н. М. Межкультурная коммуникация [Текст] : науч.-метод. пособие / Н. М. Мухамеджанова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург.гос. ун-т". - Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2010. - 174 с. - Библиогр. в конце тем. - ISBN 978-5-7410-1087-7. – 14 экз.

3. 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. 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).

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

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

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

5.3 Периодические издания

1. Журналист : журнал. - М. : ИД "ЭГ", 2016.
2. Журналистика и культура русской речи: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Журналистика и медиарынок : журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
4. Филологические науки : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
5. Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
6. Вестник Московского Университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
7. Вестник Московского Университета. Серия 9. Филология : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
8. Общественные науки и современность : журнал. - М. : АРСМИ, 2016.
9. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Вестник Московского университета - <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Энциклопедический словарь журналиста/- <http://www.tuj.tj/encyclopedia.htm>
3. Сайт журнала «Журналист»/- www.journalist-virt.ru
4. Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам.- <http://www.jourclub.ru>
5. Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России – <http://www.portalus.ru>
6. «Медialogия» (www.medialogia.ru)
7. «Интегрум» (www.integrum.ru)
8. «Регнум» (www.regnum.ru).
9. <https://openedu.ru/> - «Открытое образование»; Курс «Язык современной рекламы и СМИ» <https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/>

10. <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум». Курс «Основы успешного делового общения»
<https://www.lektorium.tv/mooc2/32867>

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

Лицензионное программное обеспечение

Операционная система Microsoft Windows

Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, PowerPoint)

Инструментальные средства для распознавания текста: ABBYY Fine Reader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций Adobe Page Maker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

1. Служебное и офисное ПО:

- Свободный пакет офисных приложений Apache Open Office. Предоставляется по лицензии Apache License 2.0. Разработчик: Apache Software Foundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- Кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом Libre Office. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

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

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

2. Графические редакторы, издательские системы:

- Свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Blender Foundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/>.

- Свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU Image Manipulation Program). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

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

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

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:
 - Анпилогова, Л. В. Методические рекомендации по дисциплине "Культура профессионального общения" [Электронный ресурс] / Л. В. Анпилогова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Оренбург. ин-т экономики культуры (Ин-т интеркультур. коммуникации), Каф. "Соц. работа и педагогика". - Оренбург : Оренбург. ин-т экономики и культуры. - 2004. - 49 с.;
 - Анпилогова, Л. В. Методические рекомендации по дисциплине: "Культура массовых коммуникаций" [Текст] : специальность: культурология / Л. В. Анпилогова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. образоват. учреждения высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. журналистики. - Оренбург : ОГУ, 2004. - 22 с.;
 - Анпилогова, Л. В. Методические рекомендации по факультативу: "Культура массовых коммуникаций" [Текст] : специальность 350500 - Социальная работа / Л. В. Анпилогова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Оренбург. ин-т экономики и культуры. - Оренбург : Оренбург. ин-т экономики и культуры, 2004. - 22 с.