

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. Солодилова

(подпись, расшифровка подписи)

"28" февраля 2017 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

(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 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры

протокол № 6 от 15 января 2017г.

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. Сапух
расшифровка подписи

№ регистрации 58788

© Анпилогова Л.В., 2017
© ОГУ, 2017

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

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

<u>Знать:</u> - специфику общественной миссии PR -специалиста и PR деятельности на современном этапе развития общества; - функции ПР в истории развития общества для формирования гражданской позиции; - особенности профессиональной деятельности PR -специалиста. <u>Уметь:</u> - анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; -осуществлять общественную миссию рекламы и связей с общественностью с учетом основных этапов и закономерностей исторического развития общества для формирования гражданской позиции; - эффективно реализовывать функции связей с общественностью на современном этапе развития общества; - понимать смысл свободы и социальной ответственности PR -специалиста в обществе и следовать этому в профессиональной деятельности. <u>Владеть:</u> - технологией осуществления профессиональной деятельности журналиста; - техникой реализации функций СМИ в современном обществе.	ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
<u>Знать:</u> - базовые характеристики PR деятельности; - специфику профессии PR -специалиста с учетом способности к самоорганизации и самообразованию. <u>Уметь:</u> - 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. <u>Владеть:</u> - техникой и приемами осуществления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламы.	ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

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
<u>Знать:</u> - основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; - базовые характеристики различных сфер жизнедеятельности человека. <u>Уметь:</u> - использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; <u>Владеть:</u> - техникой и приемами осуществления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламы с точки зрения правовых взаимоотношений.	ОК-4 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
<u>Знать:</u> - социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия людей; - базовые характеристики коммуникативных взаимоотношений в деятельности специалиста по рекламе и PR. <u>Уметь:</u> - 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. <u>Владеть:</u> - техникой и приемами осуществления работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.	ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
<u>Знать:</u> - базовые характеристики PR деятельности; - специфику профессии PR -специалиста с учетом способности к самоорганизации и самообразованию. <u>Уметь:</u> - 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. <u>Владеть:</u> - техникой и приемами осуществления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламы.	ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию
<u>Знать:</u> - 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. <u>Уметь:</u> - планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в PR деятельности; - ориентироваться в коммуникативном процессе, происходящем в современном обществе; - выбирать актуальные темы для проведения коммуникационных	ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

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

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 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.).	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
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

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
2	2	1. Соотношения между вербальной и невербальной коммуникациями. 2. Особенности невербальной коммуникации. 3. Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.	2
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)
2. «Интегрум» (www.integrum.ru)
3. «Регнум» (www.regnum.ru)
4. «Паблик.Ру» (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. видеоманитофон.

ЛИСТ

согласования рабочей программы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код и наименование

Профиль: Общий профиль

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

Форма обучения: очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Год набора 2017

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № 7 от "27" февраля 2017 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

Ю.В. Кудашова

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Л.В. Анпилогова

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

Ю.В. Кудашова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

Н.Н. Грицай

личная подпись

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

Сапун Т.В.

личная подпись

расшифровка подписи

Рабочая программа зарегистрирована в ОИОТ ЦИТ

Дополнения и изменения в рабочей программе на 2018 год набора

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Общий профиль

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

Форма обучения: очная

Внесенные изменения на 2018 год набора

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета (директор института)

И.А. Солодилова

“ ” 2018 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 :Алетейя, 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. **Логутова, Е.** Психология делового общения : учебное пособие / Е. Логутова, И. Якиманская, Н. Биктина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : 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)

2. «Паблик.Ру» (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

протокол № 6 от "13" января 2018 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики

Кудашова Ю.В.

Исполнители:

доцент

Л.В. Анпилогова

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с

общественностью

Ю.В.Кудашова

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

Н.Н. Грицай

Уполномоченный по качеству факультета

Сапух Т.В.