

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Оренбургский государственный университет»**

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

*«Б1.Д.Б.34 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)

Квалификация

*Бакалавр*

Форма обучения

*Заочная*

Год набора 2019

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии  
наименование кафедры

протокол № \_\_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2019г.

Заведующий кафедрой

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

наименование кафедры

подпись

Т.Ю. Димитрова

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

расшифровка подписи

Ю.В. Кудашова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

О.П. Тарасова

расшифровка подписи

№ регистрации \_\_\_\_\_

© Анпилогова Л.В., 2019  
© ОГУ, 2019

## 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; создание предпосылок для взаимодействия специалиста с людьми, осуществление его взаимопонимания с человеком в процессе деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью; формирование основополагающих знаний, умений, навыков и компетенций у студентов в области культуры массовых коммуникаций в сфере профессиональной деятельности.

### Задачи:

- познакомиться с совокупностью политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- научиться осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
- овладеть техникой и приемами осуществления коммуникативной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- познакомиться с разными коммуникативными моделями, используемыми в профессиональной деятельности;
- овладеть техникой управления коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- овладеть навыками самоорганизации, технологиями организации коллективной (командной работы), технологией создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
- узнать основные теоретические подходы к феномену коммуникации, возможности их применения в практической деятельности, основные виды коммуникации и их специфики;
- познакомиться с ролью ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы, особенностями внутренней и внешней коммуникации, понятийно-категориальным аппаратом теории аргументации;
- познакомиться с разными видами коммуникационных кампаний и мероприятий, основными направлениями их деятельности, этапами, видами, функциями, целями и задачами работы, технологиями, формами и методами, спецификой и структурой;
- овладеть способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.22 Основы связей с общественностью, Б1.Д.В.7 Россия в глобальном информационном пространстве, ФДТ.1 Деловой протокол и этикет*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции	ОПК-5-В-1 ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов,	<b>Знать:</b> - совокупность политических, экономических факторов,

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5-В-2 ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; - разные виды коммуникационных кампаний и мероприятий, основные направления их деятельности, этапы, виды, функции, цели и задачи работы, технологии, формы и методы, специфика и структура <b>Уметь:</b> осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; - использовать основные теоретические подходы к феномену коммуникации, возможности их применения в практической деятельности <b>Владеть:</b> - приемами осуществления коммуникативной деятельности; - техникой управления коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>13,25</b>	<b>13,25</b>
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
<b>Самостоятельная работа:</b> - подготовка сообщения (С); - выполнение тестовых заданий в системе «Аист» (ТЗ); - выполнение домашних заданий (ДЗ); - подготовка к собеседованию (опросу) (О); - подготовка к игре (И); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям)	<b>94,75</b>	<b>94,75</b>
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)</b>	<b>экзамен</b>	

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникация в современном обществе.	11	1	1	-	9
2	Основные виды коммуникации.	14	1	1	-	12
3	Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре.	18	1	1	-	16
4	Прикладные модели массовой коммуникации.	13	-	1	-	12
5	Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности.	13	-	1	-	12
6	Модели кризисных коммуникаций.	13	-	1	-	12
7	Управление коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и PR.	13	1	1		11
8	Коммуникация в организациях.	13	-	1		12
	Итого:	108	4	8		96
	Всего:	108	4	8		96

## 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	Понятие коммуникации как процесса осуществления речевой деятельности. Роль коммуникации в современном обществе и PR деятельности.	1
1	2	Особенности невербальной коммуникации. Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.	1
2	3	Семиотические модели. Модели психотерапевтической коммуникации.	1
2	4	Модели массовой коммуникации. Методы анализа массовой	1

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		коммуникации. Коммуникативное пространство в массовой культуре.	
3	5	Мифологическая коммуникация. Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.	1
3	6	Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.	1
4	7	Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации.	1
4	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.	1
		Итого:	8

## 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. Кривоко́ра, 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. Кривоко́ра. - 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.

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

3. 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. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.

2. Альма матер (Вестник высшей школы) : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
3. Вопросы языкознания : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
4. Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.

#### **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](http://www.journalist-virt.ru)
4. Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам.- <http://www.jourclab.ru>
5. Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России – <http://www.portalus.ru>
6. «Медialogия» ([www.medialogia.ru](http://www.medialogia.ru))
7. «Интегрум» ([www.integrum.ru](http://www.integrum.ru))
8. «Регнум» ([www.regnum.ru](http://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 FineReader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций Adobe PageMaker 7.0.2

##### **Свободное программное обеспечение**

Служебное и офисное ПО:

- Свободный пакет офисных приложений Apache OpenOffice. 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 LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- Бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: Adobe Systems. 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/>.

#### **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 оснащено 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. Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала) по дисциплине "Основы теории коммуникации" [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л. В. Анпилогова; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. журналистики. - Оренбург : ОГУ. - 2019. - 46 с.

- Анпилогова, Л. В. Практические занятия по дисциплине "Основы теории коммуникации" [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л. В. Анпилогова; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. журналистики. - Оренбург : ОГУ. - 2019. - 39 с.