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.35 Теория коммуникации»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.35 Теория коммуникации*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 8 от "16" 02 2023г.

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* Ю.В. Кудашова *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
личная подпись Н.Н. Бикашева *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Е.Ф. Томина *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Анпилогова Л.В., 2023
© ОГУ, 2023

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 осуществления взаимодействия и взаимопонимания с людьми в процессе профессиональной деятельности; формирование основополагающих знаний, умений, навыков и компетенций у студентов в области культуры массовых коммуникаций в сфере рекламной и ПР-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, учитывая особенности внутренней и внешней коммуникации, знания понятийно-категориального аппарата 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.23 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	ОПК-5-В-1 ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов,	**Знать:** - специфику развития разных медиакоммуникационных систем с учетом

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
деятельности тенденции 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	политических, экономических, правовых и этических факторов, обеспечивающих эффективное осуществление профессиональной деятельности; - разные виды коммуникационных кампаний и мероприятий, основные направления их применения в профессиональной деятельности; - этапы, виды, функции, цели и задачи, технологии, формы, методы, специфику и структуру процесса коммуникации с учетом механизмов функционирования медиакоммуникационной системы на глобальном, национальном и региональном уровнях **Уметь:** - осуществлять эффективную коммуникативную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, включая новейшие информационные каналы, учитывая особенности внутренней и внешней коммуникации, знания понятийно-категориального аппарата теории аргументации; - использовать основные теоретические подходы к пониманию сущности феномена коммуникации с учетом возможностей их применения в практической деятельности **Владеть:** - 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
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**5,25**	**5,25**
Лекции (Л)	2	2
Практические занятия (ПЗ)	2	2
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение реферата (Р);*	**102,75**	**102,75**

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
- выполнение тестовых заданий в системе «АИССТ» (ТЗ); *- выполнение домашних заданий (ДЗ);* *- подготовка к собеседованию (опросу) (С(о);* *- решение психологических тестов (ПсТ);* *- работа с научным, научно-познавательным и художественным материалом* (*Н,Н-П,ХМ);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям и т.п.*		
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникация в современном обществе.	13,5	0,5	-	-	13
2	Основные виды коммуникации.	13,5	0,5	-	-	13
3	Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре.	13,5	-	0,5	-	13
4	Прикладные модели массовой коммуникации.	13,5	-	0,5	-	13
5	Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности.	13,5	-	0,5	-	13
6	Модели кризисных коммуникаций.	13,5	0,5	-	-	13
7	Управление коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и PR.	13,5	0,5	-		13
8	Коммуникация в организациях.	13,5	-	0,5		13
	Итого:	108	2	2		104
	Всего:	108	2	2		104

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. 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 массой 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	3	Семиотические модели. Модели психотерапевтической коммуникации.	0,5
1	4	Модели массовой коммуникации. Методы анализа массовой коммуникации. Коммуникативное пространство в массовой культуре.	0,5
2	5	Мифологическая коммуникация. Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.	0,5
2	8	Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массой информации (СМИ), отделах по связям с обще-	0,5

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		ственностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах. Правила речевого этикета и ведения диалога. Корпоративная культура.	
		Итого:	2

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. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учебное пособие / Г. П. Бакулев. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104042 (дата обращения: 02.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0795-3. – Текст : электронный.

3. Чумиков, А. Н. Антикризисные коммуникации : учебное пособие / А. Н. Чумиков. – Москва : Аспект Пресс, 2013. – 174 с. : ил. – (Серия «Современные технологии PR. Мастер-класс»). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456529 (дата обращения: 05.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0716-8. – Текст : электронный.

4. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании : учебное пособие / А. Н. Чумиков. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 160 с. : ил. – (Серия «Современные технологии PR. Мастер-класс»). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456536 (дата обращения: 05.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0749-6. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

1. Кривокора, 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. Кривокора. - 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. 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.

5. 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.

6. 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.

7. Зимняя, И. А. Коммуникативная компетентность, речевая деятельность, вербальное общение / И. А. Зимняя, И. А. Мазаева, М. Д. Лаптева ; под ред. И. А. Зимной ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – Москва : Аспект Пресс, 2020. – 400 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611081 (дата обращения: 02.03.2023). – Библиогр.: с. 393-396. – ISBN 978-5-7567-1093-9. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

1. Реклама. Теория и практика: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018-2023.
2. Альма матер (Вестник высшей школы) : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2020, 2021, 2023.
3. Вопросы языкознания: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018-2023.
4. Социологические исследования: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018-2023.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Сайт журнала «Журналист»: www.journalist-virt.ru
2. Порталус: http://www.portalus.ru
3. «Открытое образование» https://openedu.ru/;
4. «Открытое образование» - Курс «Язык современной рекламы и СМИ»: https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/
5. «Лекториум» / Бесплатные онлайн-курсы: https://www.lektorium.tv/
6. «Лекториум». Онлайн-курс «Основы успешного делового общения»: https://www.lektorium.tv/mooc2/32867
7. ИА Regnum: http://www.regnum.ru/

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

Лицензионное программное обеспечение

Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru

Информационно-справочные системы

1. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
3. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

Программные системы, используемые для компьютерного тестирования

Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - http://aist.osu.ru.

Курсы в Moodle

Анпилогова, Л. В. Теория коммуникации (42.03.01) [Электронный ресурс] : электронный учебный курс в системе Moodle / Л. В. Анпилогова; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : ОГУ. - 2021. - Режим доступа: Электронные курсы ОГУ в системе обучения moodle. – https://moodle.osu.ru/course/view.php?id=9665

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.