

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Сухолет Ирина Наумовна Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Дата подписания: 27.10.2022 11:57:54

Уникальный программный ключ:

90b04a8fc24f39034a47d003e725667d57043e870b41a3cee22df0848bbe2c



ПРИЛОЖЕНИЕ 1 К ООП
УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Современные теории массовой коммуникации

Образовательная программа

Стратегия медиакоммуникаций

Направление подготовки

42.04.02. Журналистика

Уровень высшего образования

Магистратура



Разработчики:

Вакурова Н.В., доцент, кандидат филологических наук, зав. кафедрой журналистики и массовых коммуникаций

Веретенникова И.В., кандидат психологических наук, доцент кафедры журналистики и массовой коммуникации

© АНО ВО «Институт
современного искусства»



АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ Б1.О.05 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Цели:	формирование у обучающихся целостного представления о системе современной коммуникалогии; тенденциях, сопровождающих ее формирование и развитие; ознакомление обучающихся с базой источников по дисциплине и организация самостоятельной работы с ней.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none">– раскрыть круг проблем, связанных с теорией и практикой коммуникационного процесса на современном этапе;– раскрыть сущность коммуникационных моделей и структурные компоненты коммуникационного процесса;– раскрыть комплекс причин появления коммуникативных барьеров в профессиональной деятельности журналистов;– сформулировать концептуальные подходы к преодолению этих барьеров.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины:	ОПК-5

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать:	<ul style="list-style-type: none">– особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие– разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Уметь:	– моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
Владеть:	- навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, для принятия профессиональных решений



1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Б1. Обязательные дисциплины, базовая часть	Б1.О.05 Современные теории массовой коммуникации
--	--

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

- 1.1. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и компетенции, формируемые предшествующими дисциплинами, изучаемыми в образовательных программах бакалавриата: «Основы теории коммуникации», «Основы теории журналистики», «Система СМИ».
- 1.2. Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо, как предшествующее:
- Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и компетенции, формируемые данной учебной дисциплиной:
- Конвергентная журналистика (ОПК-5; ОПК-6; ПК-2)
 - Основы речевого воздействия в СМИ (ОПК-1)
 - Стратегия современных корпоративных СМИ и медиакоммуникаций (ОПК-7; ПК-3)

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

- 2.1. Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы (ЗЕ), 108 академических часов.
- 2.2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в часах):

Вид учебной работы	Кол-во академических часов по формам обучения		
	очная	очно-	заочная



		заочная	
Общая трудоемкость дисциплины	144		144
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), ВСЕГО:	32		8
Лекции (Л)	18		2
Семинары (С)	14		6
Практические занятия (ПЗ)			
Контрольные работы	36		36
Самостоятельная работа (СРС)	76		100
Форма промежуточной аттестации			
Экзамен (Э)	4		4
Зачет (З)			
Дифференцированный зачет (ДЗ)			

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Коммуникалогия как наука

Понятие термина коммуникации. Основные значения термина коммуникация. Междисциплинарный характер термина коммуникации. Место коммуникалогии в системе наук.

Различные подходы к определению предмета коммуникалогии. Объект и предмет коммуникалогии. Структура коммуникативного знания.

Законы коммуникалогии и их специфика. Категориальный аппарат коммуникалогии. Коммуникация: определение, сущность. Взаимоотношение понятий «коммуникация» и «общение». Информация: определение, значения термина. Коммуникативное пространство и время: определения и основные параметры.

Методы коммуникалогии. Общенаучные методы: моделирование, системный подход, метод сравнения. Частнонаучные методы: контент-



анализ, интент-анализ, социологический метод, герменевтика, бихевиоризм, социолингвистика, метод наблюдения, социометрия.

Функции коммуникологии: познавательная, методологическая, прогностическая, практическая. Их характеристики.

Тема 2. Коммуникационный процесс

Структурные модели коммуникации. Модель Аристотеля и его основные элементы. Модель Лассуэлла. Основные элементы модели. Разделы исследований коммуникации по Лассуэллу. Модель Шеннона-Уивера. Характеристика основных элементов модели. Понятие шума и избыточности. Достоинства модели Шеннон-Уивера. Модель М. де Флера. Особенности данной модели по сравнению с моделью Шеннона-Уивера. Двухканальная модель речевой коммуникации В.П. Морозова. Особенности данной модели. Модель двуступенчатой коммуникации П. Лазерфельда и ее особенности. Модель «ИСКП» Д. Берло. Характеристика основных элементов данной модели.

Основные элементы коммуникационного процесса: источник сообщения, кодирование и декодирование информации, сообщение, канал, получатель, обратная связь. Характеристика элементов коммуникационного процесса.

Коммуникативные барьеры: определение, классификации. Барьеры, обусловленные факторами среды, и их характеристика (акустические помехи, температурные и погодные условия, отвлекающая окружающая обстановка). Технические барьеры и их характеристика. «Человеческие» барьеры (психофизиологические и социокультурные) и их характеристика.

Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникация

Семиотика: определение, объект и основные аспекты изучения. Роль семантики, прагматики в вербальной коммуникации.

Средства коммуникации. Роль естественного языка в коммуникации. Признаки естественного человеческого языка. Соотношение понятий «язык – речь». Понятие и функции речи.

Речь как способ передачи информации. Особенности передачи вербальной информации. Типы результатов коммуникации. Ценность информации содержательного характера.

Сравнение вербальной и невербальной коммуникации. Паралингвистические компоненты невербальной коммуникации: громкость, темп, ритм и высота голоса. Экстралингвистические особенности невербальной коммуникации: речевые паузы, смех, покашливание, вздохи.



Мимика и взгляд в процессе общения. Жесты: определение и их классификация. Позы и походка, контакт глаз в деловой коммуникации.

Организация пространства и времени коммуникативного процесса. Понятие проксемики. Виды зон в деловой коммуникации: интимная, персональная, социальная, публичная. Их характеристика.

Тема 4. Формы речевой коммуникации

Диалог: определение, языковые особенности, типология. Виды вопросов, реализуемых в диалогах: уточняющие, простые, восполняющие, корректные (некорректные); нейтральные – благожелательные – провокационные. Виды ответов и их характеристика. Общие правила ведения диалога. Коммуникационные максимы П. Грайса. Законы диалога Ю.В. Рождественского.

Монолог: определение, признаки, классификация. Роль межфразовых связей в монологе. Основные группы межфразовых связей (построенные по типу зацепления и по типу повтора) и их характеристика. Методы изложения материала в монологе: индуктивный, дедуктивный, метод аналогии, концентрический, ступенчатый и исторический. Риторика как наука, занимающаяся проблемами построения диалога. Структура ораторской речи.

Спор как вид речевой коммуникации. Спор и его разновидности (полемика и дискуссия) и классификация. Способы подтверждения правоты в споре: убеждение и доказательство.

Тема 5. Устноречевая коммуникация

Определение и свойства устноречевой коммуникации. Параметры актов речевого общения и их характеристика: сфера общения, ситуация общения, вид коммуникативного контакта, ролевые установки, характеристики участников общения, способы выражения предметного содержания в говорении. Роли инициатора общения. Роли слушателя общения. Понятие речевых актов говорящего и слушающего.

Говорение как вид устноречевой коммуникации. Говорение: определение и условия. Высказывание, информативная единица коммуникативного процесса, основная единица говорения. Творческая речь как высший уровень говорения. Умение говорить: формируемые на базе слушания, на базе чтения, на базе письма. Ошибки в речевом поведении партнеров по общению. Алгоритм речевых действий.

Слушание как вид коммуникации. Слушание: определение и задачи слушателя. Два этапа процесса слушания: первичный анализ звукового сигнала; смысловая интерпретация. Два аспекта процесса слушания: слух как физиологическая характеристика и слушание. Достижение взаимопонимания в процессе общения. Цель, задачи, прогнозируемые результаты,



коммуникативная компетентность, предмет общения как важные условия достижения взаимопонимания. Умение слушать. Основные недостатки традиционного слушания. Факторы, определяющие эффективность слухового восприятия (объективные и субъективные факторы).

Слушание публичного выступления. Четыре группы слушателей и их характеристика. Цели слушания. Принципы эффективного слушания. Вспомогательные средства, улучшающие навыки слушания: умение концентрироваться, умение анализировать содержание услышанного, умение слушать критически, умение конспектировать.

Обратная связь в говорении и слушании.

Тема 6. Письменноречевая коммуникация

Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции.

Чтение как вид речевой коммуникации. Этапы процесса чтения: зрительное восприятие и интерпретация прочитанного.

Показатели уровня развития навыков чтения: общий уровень чтения и скорость чтения. Недостатки традиционного чтения (регрессия, артикуляция, малое поле зрения, слабое развитие механизма смыслового прогнозирования, низкий уровень внимания, отсутствие гибкой стратегии чтения) и их характеристика.

Способы чтения (углубленное, ознакомительное, чтение-просмотр, сканирование, быстрое чтение). Способы устранения недостатков чтения.

Алгоритмы чтения: определение и виды. Интегральный алгоритм чтения и характеристика его блоков. Методика освоения интегрального алгоритма чтения. Дифференциальный алгоритм чтения и характеристика его блоков. Методика чтения по дифференциальному алгоритму.

Письмо как вид коммуникации. Письмо: определение и особенности. Технология продуцирования письменной речи. Типы письменных высказываний: диктант, план текста, изложение, конспект, реферат, аннотация, сочинение, письмо. Навыки и умения письма. Различия между устной и письменной речью.

Особенности составления официально-деловых текстов: протокол, договор и его разновидности, деловые письма и их разновидности.

Тема 7. Межличностная коммуникация

Понятие межличностной коммуникации. Базовые понятия теории межличностного общения: межличностный контакт, межличностное взаимодействие, межличностные отношения. Сущность коммуникативной компетентности. Аксиомы межличностной коммуникации американского психолога П. Вацлавика.

Понятие социальной ситуации. Факторы социального взаимодействия. Характеристика социального взаимодействия, воздействующая на поведение



людей. Способы структурирования времени: замкнутость, ритуалы, времяпрепровождения, совместная деятельность и др. Классификация социальных ситуаций в зависимости от уровня общения: на социально-ролевом уровне; деловом и интимно-личностном уровнях.

Межличностное пространство: определение, условия успешной коммуникации. Конструирование межличностного пространства.

Пространственное структурирование межличностного взаимодействия. Характеристика вертикальной составляющей межличностного взаимодействия: пристройка к партнеру свысока, пристройка наравне, пристройка снизу, отстраненная от партнера позиция.

Горизонтальная составляющая межличностного взаимодействия. Характеристика межличностных преград.

Эффекты межличностного восприятия. Восприятие: определение, закономерности. Правила управления собственным восприятием. Индивидуальные особенности восприятия: влияние самооценки, проецирование, эффект ореола, стереотипизация и др. Понятие социального стереотипа.

Понятие жизненного стиля и его проблемы. Типология жизненных стилей в зависимости от социального интереса и степени активности. Коммуникативные стили: определение, принципы.

«Окно Джохари». Характеристика открытой, слепой, скрытой и неизвестной зон. Зависимость коммуникативного стиля человека от доминирования той или иной зоны. Стратегии межличностного взаимодействия: доминирование, манипуляция, соперничество, партнерство, содружество. Основные критерии продуктивности стиля межличностного взаимодействия и их характеристики: по характеру активности в позиции партнеров; по характеру выдвигаемых целей; по характеру ответственности; по характеру отношений.

Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Особенности поведения в лично ориентированном общении. Характеристики речевого поведения: персональность адресации; спонтанность и непринужденность; ситуативность; эмоциональность. Речевые приемы в межличностном взаимодействии. Коммуникативные тактики речевого поведения.

Функции невербальной коммуникации в межличностном общении. Сравнительные характеристики вербальной и невербальной коммуникации. Виды информации, получаемой человеком в процессе невербальной коммуникации. Функции невербального сообщения: дополнение, опровержение, замещение, регулирование. Правила невербальной коммуникации.

Тема 8. Коммуникация в малых группах



Основные подходы к изучению коммуникации в малой группе: механистический и деятельностный подходы. Малая группа: понятие, отличительные черты. Границы малой группы: диада, триада, появление наблюдателя, 7 ± 2 члена малой группы, 35-40 человек.

Разновидности малых групп: первичные и вторичные; формальные и неформальные; референтные и группы членства; временные и стабильные; открытые и закрытые; случайно организованные группы, ассоциации, корпорации, коллектив, команда.

Функции групповой коммуникации.

Коммуникативная структура малой группы. Виды централизованных коммуникативных структур: фронтальная, радиальная, иерархическая. Их характеристика. Виды децентрализованных коммуникативных структур (цепочка, круговая и полная) и их характеристика. Лексика и грамматика коммуникации в малой группе. Характерные лексические особенности малой группы: речевая однородность, преобладание оценочных и характеризующих слов. Грамматика внутригруппового общения. Правила коммуникативного поведения в группе.

Формирование групповой сплоченности и коммуникация в малой группе. Формирование чувства групповой идентичности. Групповое давление как механизм формирования групповой сплоченности. Конформизм или конформное поведение. Виды конформизма: внешний и внутренний. Негативизм как специфическая форма конформизма. Понятие и факторы когнитивного диссонанса. Способы выработки единого мнения в группах.

Технология принятия группового решения. Четыре фазы принятия группового решения. Понятие консенсуса.

Тема 9. Внутрикорпоративные коммуникации

Определение внутрикорпоративных коммуникаций. Понятие и признаки организации. Организация как открытая система. Понятия внутренней и внешней среды организации. Цели и задачи, структура внутренней среды организации. Характеристика внешней среды организации: сложность внешней среды, подвижность, неопределенность. Внешняя среда организации и ее составляющие: поставщики, потребители, партнеры и конкуренты.

Среда косвенного воздействия: законодательство и государственные органы; состояние экономики, социокультурные и политические факторы, международное окружение.

Особенности внутренних коммуникаций. Параметры, характеризующие особенности организационных структур: степень формализации, сложность и степень централизации.

Социальная структура коммуникаций в организации. Схемы координации в организации: взаимное согласование, прямой контроль и



стандартизация. Понятия гомогенные и гетерогенные организации. Профессиональная структура организации. Типы структурных подразделениях организации: административный персонал, производственный, обслуживающий и инженерно-технический персонал.

Неформальная структура организации.

Внутрикоммуникативные сети. Централизованные и децентрализованные сети. Характеристика моделей коммуникативных сетей («звезда», «веер», «неполная сеть», «полная сеть»). Типы коммуникаторов в организации – «сторож», «лидер мнений», «связной», «пограничник».

Виды коммуникаций в организации. Вертикальные коммуникации и их разновидности. Характеристика интерактивных, нисходящих и восходящих коммуникаций в организации. Методы повышения эффективности восходящих коммуникаций.

Формы деловой коммуникации в организации: деловой разговор и деловая беседа; пресс-конференции; деловые переговоры.

Особенности маркетинговых коммуникаций в организации. Цель, задачи и определение маркетинговых коммуникаций. Процесс маркетинговых коммуникаций.

Тема 10. Политическая коммуникация

Определение и функции политической коммуникации. Подходы к понятию политической коммуникации. Политическая коммуникация как социально-информационное поле политики. Кибернетический и структурно-функциональный подходы в теории политической коммуникации. Модель политической коммуникации К. Дойча. Модель политической коммуникации Г. Алмонда.

Структура политической коммуникации: содержательный, идеальный, формальный и материальный аспекты. Средства, способы и виды политической коммуникации. Сущность моделей политической коммуникации Ж.М. Коттрэ и К. Сайне. Модели вещания, диалоговая и консультативная.

Понятие электоральной коммуникации. Избирательная кампания как разновидность коммуникационной кампании. Пять моделей избирательной кампании и их характеристика: неструктурированная, рыночная, административно-командная, организационно-партийная и комплексная модели. Роль политического маркетинга в электоральной коммуникации. Основные элементы комплекса политического маркетинга: политическая реклама, организация общественного мнения, встречи кандидатов и избирателями, формы материального стимулирования.

Цель, задачи и функции политического PR.

Политическая коммуникация в информационном обществе. Понятия электронной демократии, электронного правительства.



Тема 11. Межкультурная коммуникация

Понятия культуры и межкультурной коммуникации. Становление межкультурной коммуникации как научной и учебной дисциплины.

Уровни межкультурной коммуникации: межличностный уровень, коммуникации в малых группах, в больших группах.

Формы межкультурной коммуникации (аккультурация, культурная экспансия, культурная диффузия, культурный конфликт) и их характеристики.

Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации. Невербальные аспекты межкультурной коммуникации.

Типы восприятия межкультурных коммуникаций: отрицание различий культур, защита собственного культурного превосходства, минимизация культурных различий, принятие существования межкультурных различий, адаптация к новой культуре, интеграция в родную и новую культуры. Три этапа эволюции восприятия новой культуры человеком

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.)		
Гражданский кодекс Российской Федерации (действующая редакция)		
Федеральный закон РФ № 38-ФЗ от 13.03.06. «О рекламе»		
Федеральный закон РФ № 2124-1 от 27.12.91. «О средствах массовой информации»		
Федеральный закон № 24-ФЗ от 20.02.95. «Об информации, информатизации и защите информации»		
Федеральный закон № 85-ФЗ от 04.07.99. «Об участии в международном информационном обмене»		
Федеральный закон № 5486-1 от 21.07.93. «О государственной тайне»		
Федеральный закон РФ № 5351-1 от 09.07.93. «Об авторском праве и смежных правах»		
Почепцов, Г. Г.	Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов.	М.; Киев : Рефл-бук: Ваклер, 2003. - 655 с. - (Образовательная библиотека). - ISBN 5-87983-101-9 : 120-01
Бугаев Л.	Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире	М.: Альпина Паблишер, 2012.
Векслер А., Тульчинский Г.	Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность	М.: Вершина 2007.



Вылегжанин Д. А.	Введение в политическую имиджелогию	М.: Флинта и Наука, 2006
Горчакова В. Г.	Имидж. Искусство и реальность: Учебное пособие.	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012
Горчакова В. Г.	Имиджелогия. Теория и практика: Учебное пособие.	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
Дзялошинский И.М.	Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты	М.: НИУ ВШЭ, 2012.
Деннис Л. Уилкоккс	Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ	М.: «Инфра-М», 2004.
Иванов М., Калиновский Е., Охотникова Ю., Семенов Д.	Спичwriter/ Speechрайтер	М.: МЦФЭР, 2007 г
Кривоносов А.Д.	Очерки истории науки и дидактики PR	М.: ВИБ, 2011.
Любашевский Ю., Щербаков А.	Технология современного спонсорства	М.: Материк, 2010.
Любарев А.Е., Бузин А.Ю., Кынев А.В.	Мертвые души. Методы фальсификации итогов голосования и борьба с ними	М, 2007
Мирошниченко А.	Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей -	М.: Альпина Паблишер, 2012.
Мирошниченко А.	Как написать пресс-релиз.	М.: Книжный мир, 2010.
Под общей редакцией Мирошниченко А.А.	Корпоративная пресса. Руководство к действию	М.: ИД «Медиалайн», 2011.
Под ред. И.Г. Хангельдиевой, Н.Г. Чаган.	Brand.2c/brand.2.b, или о том, как работают бренды в социокультурном пространстве	М.: Маросейка, 2010.
Румин И.	Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам	М.: Альпина Паблишер, 2010
Фомичева И. Д.	Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию.	М.: Аспект Пресс .2008
Чарлин Ли, Джош Бернофф.	Взрывная Web-Волна	М.: Альпина Паблишер, 2010.
Щепилов К.	Медиаисследования и медиапланирование	М.: РИП-холдинг, 2007
Щепилов К.	Медиаисследования и медиапланирование	М.: РИП-холдинг, 2007

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Контрольные вопросы для экзамена.



1. Дайте определение и сравните объем понятий «коммуникация», «коммуникология», «коммуникативистика».
2. Что такое адресант? адресат? коммуникатор? коммуникант? код? сообщение? контекст коммуникации?
3. Что является объектом и предметом теории коммуникации?
4. Каковы важнейшие исторические вехи в развитии социальной коммуникации?
5. Что такое коммуникационные революции?
6. Охарактеризуйте основные закономерности эволюции социальной коммуникации.
7. Назовите основные коммуникационные институты, возникающие в процессе эволюции социальной коммуникации.
8. Какие социальные факторы определяли появление тех или иных каналов и средств коммуникации.
9. Каковы критерии классификации социальной коммуникации по её уровням, формам и видам?
10. Назовите уровни социальной коммуникации.
11. Каковы источники и виды невербальной коммуникации?
12. Какие существуют открытые и закрытые сигналы НВК?
13. Что такое интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) и как сегодня понимается их структура и инструменты?
14. Что такое ATL, BTL, TTL, MLM?
15. В чём сущность стратегических коммуникаций?
16. Что такое аксиальные и ретинальные коммуникации, синхронная и диахронная передача сообщения?
17. Что такое социокультурная коммуникация и каковы её основные типы?
18. Что такое межкультурная коммуникация?
19. Какова структура корпоративной культуры и что такое корпоративное сознание?
20. Что такое модель коммуникационного процесса?
21. Что общего и что различного в моделях речевой коммуникации Аристотеля и Квинтилиана?
22. Каковы основные функции языка в лингвистической модели Р.Якобсона?
23. Где практически используется модель Лассуэлла?
24. Дайте характеристику трехстадийной модели развития основных средств массовой коммуникации Д.Мерилла и Р.Ловенстайна.
25. Каково практическое значение диффузной модели коммуникации Э.Роджерса?
26. В чём суть и практическое значение модели «идеального коммуникатора»?



27. Каково практическое значение обратной связи в коммуникациях и в коммуникационных процессах?
28. Можно ли отождествлять понятия « межличностная коммуникация» и «общение»?
29. В чём особенности межличностной коммуникации и каковы её аксиомы?
30. Назовите и проанализируйте известные Вам психологические барьеры межличностного общения.
31. Дайте определение массовой коммуникации и объясните, чем она отличается от публичной и групповой коммуникации.
32. В чём различия между СМК и СМИ?
33. Перечислите основные социальные функции МК.
34. Охарактеризуйте системные, кибернетические, информационно-процессные теории коммуникации.
35. Какие теории коммуникации объясняют особенности межличностной коммуникации? массовой коммуникации?
36. Сравните понимание коммуникации в макросоциологических теориях Т. Парсонса и Н. Лумана.
37. В чём сущность и каковы разновидности парадигмы информационного общества?
38. Как проблемы коммуникации рассматриваются в постмодернистских философских концепциях?
39. Назовите критерии основных теорий массовой коммуникации, выделяемые для их классификации и характеристики В. П. Конецкой, И. П. Яковлевым, Г. П. Бакулевым.
40. Каковы перспективы развития теории коммуникации?

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Основная литература			
	Авторы, составители	Наименование	Издательство, год
Л 1.1	Гавра Д.П.	Основы теории коммуникаций: Учеб. пособие. Стандарт третьего поколения.	СПб.: Изд. СПб. гос. ун-т экономики и финансов, 2011
Л 1.2.	Зверинцев А.Б.	Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR.	СПб., 1997



Л 1.3.	Под ред. М.А. Василика.	Основы теории коммуникации: Учебник	М.: Гардарики, 2010
Л.1.4.	Панфилова А.П	Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учеб. пособие.	СПб.: Питер, 2006
Л.1.5.	Соколов А.В.	Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие.	СПб., 2002
2. Дополнительная литература			
Л 2.1.	Почепцов Г.Г.	Теория коммуникации.	М.; Киев, 2001
Л 2.2.	Степанов Ю.С.	Язык и метод. К современной философии языка.	М., 2003
Л 2.3.	Введенская, Павлова Л.Г.	Культура и искусство речи.	Ростов н/ Д., 2007
Л 2.4.	Голуб И.Б.	Основы красноречия.	М., 2002
Л 2.5.	Баева О.А.	Ораторское искусство и деловое общение.	Минск, 2001.

7. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Интернет ресурс (адрес)	Описание ресурса
1.	http://sovetnik.ru	Сайт «Советника»
.	www.communicators.ru	Портал Международной ассоциации бизнес-коммуникаторов
.	www.bprw.ru	Портал BALTIC WEEKEND
.	www.pr-dialog.com	Портал Word Press
.	www.soob.ru	Сайт журнала «Сообщение»



.	www.press-service.ru	Сайт журнала «Пресс-службы»
0.	http://regionpr.ru/page363.html	Сайт Регион-PR
1.	www.adme.ru	Портал AdMe
2.	www.advertology.ru	Портал «Наука о рекламе»
4.	www.pr-consultant.ru	Сайт АКООС
5.	www.rwr.ru	Сайт «Реклама в России»
7.	www.gtmarket.ru	Портал Центра гуманитарных технологий
8.	www.marketer.ru	Сайт А. Волкова
9.	www.newsreklama.ru	Сайт «Все о рекламе»
	www.pr-info.ru	Справочно-информационное Web-издание

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

В процессе проведения занятий по данному курсу предусматривается:

- проведение ознакомительных лекций с использованием мультимедийных технологий;
 - использование дистанционной технологии при обсуждении материалов с руководителем;
 - использование мультимедийных технологий при защите практик;
 - использование компьютерных технологий и программных продуктов (MSOffice, 1С:Предприятие и др.) необходимых для: систематизации; обработки данных; проведения требуемых программой практики расчетов; оформления отчетности;
- сбор, хранение, систематизация и представление учебной и научной информации;



- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем во время прохождения практики.

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Обучение по данному курсу предусматривает занятия в аудиториях, оснащенных презентационным оборудованием (компьютер, имеющий выход в Интернет; мультимедийный проектор, экран, акустические системы), доской, рабочими учебными столами и стульями.

При необходимости занятия проводятся в компьютерных классах, оснащенных доской, экраном, рабочими учебными столами и стульями, персональными компьютерами, объединенными в локальные сети с выходом в Интернет, с установленным лицензионным программным обеспечением, с подключенным к ним периферийным устройством и оборудованием (мультимедийный проектор, акустическая система и пр.).

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках изучения данной дисциплины предусмотрены следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия и др. Занятия лекционного типа в соответствии с ФГОС ВО данного направления подготовки составляют 40 % аудиторных занятий.

Тематическим планом данного курса предусмотрены практические занятия, задачами которых являются закрепление знаний и приобретение навыков эффективного использования языковых средств применительно к цели и ситуации общения: практические занятия в форме семинаров с устным публичным выступлением обучающихся; практические занятия в форме выполнения тренировочных заданий под руководством преподавателя. Изучение дисциплины ориентировано как на индивидуальную, так и на групповую работу обучающихся. Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых и



ролевых игр, разбор конкретных ситуаций) с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. 30% аудиторных занятий проводится в интерактивной форме.

Аудиторное изучение данной программы сочетается с самостоятельной работой обучающихся (проработка лекционного материала, самостоятельное изучение отдельных аспектов тем, подготовка к практическим занятиям, выполнением домашних заданий).

Активное участие обучающихся во всех формах учебного процесса, а также самостоятельная работа позволят ему овладеть необходимым объемом теоретических знаний и сформировать навыки рационального речевого поведения, будут способствовать развитию их коммуникативных возможностей.