

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры политологии
и связей с общественностью
протокол от 08 июня 2022 г. № 10

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

Согласовано:
Председатель УМК
факультета философии и социологии

 /Р.Н. Хайруллин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «**Основы теории коммуникации**»

Обязательная часть

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Коммуникационный менеджмент

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель) доцент, канд. филол. наук	 /Силиванец А.В.
--	---

Для приема: 2022 г.

Уфа 2022

Составитель: Силиванец Ангелина Владимировна

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии и связей с общественностью, протокол № 10 от 08 июня 2022 г.

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
4.3. Рейтинг-план дисциплины	9
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	22
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Общество и государство ,	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных нститутов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Умеет применять знания о системе общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Владеть навыками учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к обязательной части.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1, 2 семестрах.

Курс нацелен на приобретение теоретический и практических знаний и навыков в области современной социальной коммуникации. Цель данного курса – получить первоначальное представление о теории коммуникации как фундаментальной дисциплине, находящейся на пересечении социологии, философии, информатики, филологии и других наук. Овладеть основными навыками профессиональных коммуникаций в сфере PR-деятельности.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Умеет применять знания о системе общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Не сформированы умения применять знания о системе общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Сформированы начальные умения применять знания о системе общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении применять знания о системе общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Сформированы на высоком уровне умения применять знания о системе общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных	Владеть навыками учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов	Отсутствуют навыки учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов	Сформированы простейшие навыки учета основных тенденций развития общественных и государственных	Сформированы на базовом уровне навыки учета основных тенденций развития обществен	Сформированы на высоком уровне навыки учета основных тенденций развития обществен

институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	ых и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	ных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
---	---	---	--	---	--

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Умеет применять знания о системе общественных и государственных и (или) коммуникационных продуктах институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Выступление по теме практического занятия Тестирование
ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Владеть навыками учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Выступление по теме практического занятия Тестирование

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10; для зачета: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

**Рейтинг-план дисциплины
«Основы теории коммуникации»**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Курс 1, семестр 1

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Базовые понятия теории коммуникации				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
Рубежный контроль				
Тестирование		1	0	25
Модуль 2. Теория коммуникации как историческое явление				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
Рубежный контроль				
Тестирование		1	0	25
Поощрительные баллы				
Публикация статей			0	10
Посещаемость				
Посещение лекционных занятий			0	–6
Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	–10
Итоговый контроль				
Зачет				

**Рейтинг-план дисциплины
«Основы теории коммуникации»**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Курс 1, семестр 2

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 3. Типы коммуникации				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	5	0	5
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
Рубежный контроль				
Тестирование		1	0	15
Модуль 4. Массовая коммуникация				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	5	0	5
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
Рубежный контроль				
Тестирование		1	0	15
Поощрительные баллы				
Публикация статей			0	10
Посещаемость				
Посещение лекционных занятий			0	–6
Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	–10
Итоговый контроль				
Экзамен				30

Методика оценивания для зачета по дисциплине

Оценка «зачтено» – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов), выставляется студенту, если он дал полные, развернутые ответы по теоретическим вопросам на зачет, продемонстрировал умение использовать терминологический аппарат по дисциплине, умение применять на практике теоретические знания, полученные в результате освоения дисциплины. Студент смог ответить на дополнительные вопросы и умеет аргументировано отстаивать свою точку зрения.

Оценка «не зачтено» – от 0 до 59 рейтинговых баллов, выставляется студенту, если он не владеет теоретическими аспектами рассматриваемых вопросов, не использует терминологический аппарат для аргументированного и полного ответа по вопросу. Не смог ответить на дополнительные вопросы. Не умеет применять полученные знания на практике.

Примерные вопросы для зачета

1. Предмет теории коммуникации. Пять подходов к предмету теории коммуникации. Основные закономерности коммуникации.
2. Факторы коммуникации. Общая характеристика. Биологические и социальные факторы коммуникации.
3. Факторы коммуникации. Общая характеристика. Культурные факторы коммуникации.
4. Факторы коммуникации. Общая характеристика. Психологические факторы коммуникации.
5. Исторические этапы развития коммуникации. Общинная коммуникационная система.
6. Исторические этапы развития коммуникации. Рукописная коммуникационная система.
7. Исторические этапы развития коммуникации. Мануфактурная коммуникационная система («эпоха Гуттенберга»).
8. Исторические этапы развития коммуникации. Мультимедийная (цифровая) коммуникационная система.
9. Основные составляющие коммуникации. Общая характеристика. Источник сообщения.
10. Основные составляющие коммуникации. Общая характеристика. Получатель сообщения.
11. Основные составляющие коммуникации. Кодирование и декодирование. Две точки зрения на природу кодирования и декодирования.
12. Основные составляющие коммуникации. Сообщение.
13. Базовые понятия теории коммуникации.
14. Теоретические модели коммуникации. Теоретическая модель коммуникации Аристотеля и Квинтилиана.
15. Теоретическая модель Лассуэлла.
16. Теоретическая модель Шеннона и Уивера.
17. Теоретическая модель Хайдера и Ньюкомба.
18. Теоретическая модель Теоретическая модель Шрамма и Осгуда.
19. Теоретическая модель Маклюэна.
20. Теоретическая модель Фуко.
21. Теоретическая модель Умберто Эко.
22. Теоретическая модель Берта.
23. Функции, типология, каналы и средства коммуникации. Функции коммуникации. Типы коммуникации. Каналы и средства коммуникации.
24. Участники коммуникации. Коммуникативная личность. Коммуникаторы. Аудитория: понятие, типы. Массовая аудитория. Взаимодействие коммуникатора с аудиторией.
25. Семиотические аспекты коммуникации.
26. Понятие знака, типология знаков.
27. Социальные символы.
28. Символьная коммуникация.
29. Семантика, синтактика, прагматика как направления семиотического анализа.
30. Семиотические особенности различных сфер коммуникации.

Методика оценивания для экзамена по дисциплине

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при дополнительных вопросах, использует в ответе материал используемой рекомендуемой литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно

применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на дополнительные вопросы.

Вопросы к экзамену

1. Имиджевая коммуникация. Позиционирование.
2. Имиджформирующая информация.
3. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Габитарный имидж.
4. Межкультурная коммуникация. Взаимодействие языка и культуры. Специфика развития межкультурной коммуникации в России.
5. Концепт и культурная коннотация в межкультурной коммуникации. Модель межкультурной коммуникации.
6. Культурные коды. Культурно-национальные символы. Стереотипы в межкультурном общении.
7. Межличностная коммуникация. Основные понятия межличностной коммуникации.
8. Межличностное пространство. Коммуникативные типы людей.
9. Коммуникация по Э. Берну. Аксиомы межличностной коммуникации.
10. Групповая коммуникация. Понятия социальной коммуникации. Понятие социализации. Референтные группы.
11. Групповая коммуникация. Понятие первичной группы. Семья как первичная группа. Специфика коммуникации в семье.
12. Групповая коммуникация. Понятие вторичной группы. Специфика коммуникации во вторичной группе. Каналы коммуникации во вторичной группе.
13. Типы массовой коммуникации. PR-коммуникация. Общая характеристика PR-коммуникации.
14. Структура и процесс PR-коммуникации. Содержание PR-коммуникации.
15. Средства PR-коммуникации: пресс-мероприятия, деловые мероприятия, специальные мероприятия.
16. Средства PR-коммуникации: размещение в масс-медиа, создание историй, социальные проекты, корпоративные медиа.
17. Типы массовой коммуникации. Журналистская коммуникация. Общая характеристика журналистской коммуникации.
18. Структура и процесс журналистской коммуникации. Содержание журналистской коммуникации. Средства рекламной коммуникации.
19. Типы массовой коммуникации. Рекламная коммуникация. Общая характеристика рекламной коммуникации.
20. Структура и процесс рекламной коммуникации. Содержание рекламной коммуникации. Средства рекламной коммуникации.
21. Рекламная коммуникация. Средства рекламной коммуникации. Реклама на телевидении как средство рекламной коммуникации.
22. Средства рекламной коммуникации. Реклама на радио как средство рекламной коммуникации.
23. Средства рекламной коммуникации. Реклама в прессе как средство рекламной коммуникации.

24. Средства рекламной коммуникации. Печатная продукция как средство рекламной коммуникации.
25. Средства рекламной коммуникации. Наружная реклама как средство рекламной коммуникации.
26. Средства рекламной коммуникации. Реклама в интернете как средство рекламной коммуникации.
27. Средства рекламной коммуникации. Рекламные сувениры как средство рекламной коммуникации.
28. Средства рекламной коммуникации. Выставки, ярмарки, экспозиции как средство рекламной коммуникации.
29. Средства рекламной коммуникации. Кино- и видеопродукция, литературные произведения как средство рекламной коммуникации.
30. Средства рекламной коммуникации. Эмбиент медиа как средство рекламной коммуникации.

Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета:

Образец экзаменационного билета:

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Башкирский государственный университет»

Факультет философии и социологии

Кафедра этики, культурологии и связей с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1
по дисциплине «Основы теории коммуникации»

Направление - 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль – коммуникационный менеджмент

1. Имиджевая коммуникация. Позиционирование.
2. Средства рекламной коммуникации. Эмбиент медиа как средство рекламной коммуникации.

Зав. кафедрой _____ Иткулова Л.А.

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене:

Критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Вопросы к практическим занятиям

Модуль 1. Базовые понятия теории коммуникации.

Тема 1. Предмет теории коммуникации.

Предмет теории коммуникации.

Пять подходов к предмету теории коммуникации.

Основные закономерности коммуникации.

Базовые понятия теории коммуникации.

Тема 2. Базовые понятия теории коммуникации.

Понятие информации.

Коммуникативная ситуация.

Коммуникативное событие.

Коммуникативный акт.

Речевая ситуация.

Речевое событие.

Речевой акт.

Понятие дискурса.

Тема 3. Факторы коммуникации.

Факторы коммуникации.

Общая характеристика факторов коммуникации.

Биологические факторы коммуникации.

Социальные факторы коммуникации.

Культурные факторы коммуникации.

Психологические факторы коммуникации.

Модуль 2. Теория коммуникации как историческое явление

Тема 4. Исторические этапы развития различных видов коммуникации.

Общинная коммуникационная система.

Рукописная коммуникационная система.
Мануфактурная коммуникационная система («эпоха Гуттенберга»)
Индустриальная коммуникационная система.
Мультимедийная (цифровая) коммуникационная система.

Тема 5. Теоретические модели коммуникации.

Теоретическая модель коммуникации Аристотеля и Квинтилиана.
Теоретическая модель Лассуэлла.
Теоретическая модель Шеннона и Уивера.
Теоретическая модель Хайдера и Ньюкомба.
Теоретическая модель Шрамма и Осгуда.
Теоретическая модель Маклюэна.
Теоретическая модель Фуко.
Теоретическая модель Умберто Эко.
Теоретическая модель Берта.

Тема 6. Основные составляющие коммуникации.

Основные составляющие коммуникации. Общая характеристика.
Источник сообщения.
Получатель сообщения.
Кодирование и декодирование. Две точки зрения на природу кодирования и декодирования.
Сообщение.

Тема 7. Функции, типология, каналы и средства коммуникации.

Функции коммуникации.
Типы коммуникации.
Каналы и средства коммуникации.

Тема 8. Участники коммуникации.

Коммуникативная личность.
Коммуникаторы.
Аудитория: понятие, типы.
Массовая аудитория.
Взаимодействие коммуникатора с аудиторией.

Тема 9. Семиотические аспекты коммуникации.

Понятие знака, типология знаков.
Социальные символы.
Символьная коммуникация.
Семантика, синтактика, прагматика как направления семиотического анализа.
Семиотические особенности различных сфер коммуникации.

Модуль 3. Типы коммуникации

Тема 10. Имиджевая коммуникация.

Позиционирование.
Имиджформирующая информация.
Вербальный имидж.
Невербальный имидж.
Габитарный имидж.

Тема 11. Межкультурная коммуникация.

Взаимодействие языка и культуры.
Специфика развития межкультурной коммуникации в России.
Концепт и культурная коннотация в межкультурной коммуникации.
Модель межкультурной коммуникации. Культурные коды.
Культурно-национальные символы.
Стереотипы в межкультурном общении.

Тема 12. Межличностная коммуникация.
Основные понятия межличностной коммуникации.
Межличностное пространство.
Коммуникативные типы людей.
Коммуникация по Э. Берну.
Аксиомы межличностной коммуникации.

Тема 13. Групповая коммуникация.
Понятия социальной коммуникации.
Понятие социализации.
Референтные группы.
Понятие первичной группы.
Семья как первичная группа. Специфика коммуникации в семье.
Понятие вторичной группы. Специфика коммуникации во вторичной группе. Каналы коммуникации во вторичной группе.

Модуль 4. Массовая коммуникация

Тема 14. Типы массовой коммуникации. PR-коммуникация.
Общая характеристика PR-коммуникации. Структура и процесс PR-коммуникации.
Содержание PR-коммуникации. Средства PR-коммуникации: пресс-мероприятия, деловые мероприятия, специальные мероприятия, размещение в масс-медиа, создание историй, социальные проекты, корпоративные медиа.
Рекламная коммуникация.

Тема 15. Типы массовой коммуникации. Журналистская коммуникация.
Общая характеристика журналистской коммуникации. Структура и процесс журналистской коммуникации. Содержание журналистской коммуникации. Средства рекламной коммуникации.

Тема 16. Типы массовой коммуникации. Рекламная коммуникация.
Общая характеристика рекламной коммуникации. Структура и процесс рекламной коммуникации. Содержание рекламной коммуникации. Средства рекламной коммуникации.

Тема 17. Средства рекламной коммуникации.
Средства рекламной коммуникации. Реклама на телевидении как средство рекламной коммуникации.
Средства рекламной коммуникации. Реклама на радио как средство рекламной коммуникации.
Средства рекламной коммуникации. Реклама в прессе как средство рекламной коммуникации.
Средства рекламной коммуникации. Печатная продукция как средство рекламной коммуникации.

Средства рекламной коммуникации. Наружная реклама как средство рекламной коммуникации.

Средства рекламной коммуникации. Реклама в интернете как средство рекламной коммуникации.

Средства рекламной коммуникации. Рекламные сувениры как средство рекламной коммуникации.

Средства рекламной коммуникации. Выставки, ярмарки, экспозиции как средство рекламной коммуникации.

Средства рекламной коммуникации. Кино- и видеопродукция, литературные произведения как средство рекламной коммуникации.

Средства рекламной коммуникации. Эмбиент медиа как средство рекламной коммуникации.

Методические указания

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты исторических процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, правовыми актами и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, решения задач, тестирования, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делается краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует развитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы.

Критерии оценки (в баллах):

- 15 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 10 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 5 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

Примерные тесты по дисциплине

Тесты по дисциплине

Тесты

1. Определение «Коммуникация – это разного рода реакция организма на стимул... возникает, когда внешний раздражитель (стимул) воздействует на организм, и последний отвечает определенной реакцией» демонстрирует...
 - 1) социально-философский подход
 - 2) бихевиористский подход
 - 3) технологический подход
 - 4) социально-психологический подход
 - 5) семиотический подход
2. Определение «Коммуникации – это обмен значениями (информацией) между индивидами через посредство общей системы символов (знаков), языковых знаков в частности» демонстрирует...
 - 1) социально-философский подход
 - 2) бихевиористский подход
 - 3) технологический подход
 - 4) социально-психологический подход
 - 5) семиотический подход
3. Любая коммуникация...
 - 1) имеет знаковый характер
 - 2) не имеет знакового характера
 - 3) может иметь знаковый характер, может не иметь знакового характера
 - 4) нет решения
4. Коммуникация возможна...
 - 1) при несовпадении информационных потенциалов участников коммуникации
 - 2) при совпадении информационных потенциалов участников коммуникации
 - 3) информационный потенциал не влияет на коммуникацию
 - 4) нет решения
5. Сообщение, которое уменьшает или снимает неопределенность, – это...
 - 1) энтропия
 - 2) информация
 - 3) дезинформация
 - 4) нет решения
6. К социальным факторам коммуникации не относятся...
 - 1) традиции
 - 2) социальная дифференциация
 - 3) социальный статус
 - 4) характер институциональной сферы
7. Единство социальных ролей, вкусов, привычек, пристрастий и в целом образа жизни, разделяемых представителями одного сообщества – это...
 - 1) габитус
 - 2) ценности
 - 3) традиции
 - 4) нет решения
8. Устойчивые, закрепленные в практике представителей определенной культуры схемы поведения – это...
 - 1) габитус
 - 2) ценности
 - 3) традиции
 - 4) нет решения
9. Идентичность коммуникантов, их потребности и мотивы относятся к...
 - 1) биологическим факторам коммуникации

- 2) социальным факторам коммуникации
 - 3) культурным факторам коммуникации
 - 4) психологическим факторам коммуникации
10. Традиции, ценности, габитус относятся к...
- 1) биологическим факторам коммуникации
 - 2) социальным факторам коммуникации
 - 3) культурным факторам коммуникации
 - 4) психологическим факторам коммуникации
11. Базовыми элементами коммуникационного процесса не является(ются):
- 1) кодирование и декодирование
 - 2) сообщение
 - 3) адресант
 - 4) обстоятельства сообщения
12. Не может выступать в качестве источника сообщения:
- 1) индивид
 - 2) группа людей
 - 3) письменное обращение
 - 4) социальные общности и институты
13. Индивиды, группы людей, социальные общности и институты являются источниками сообщения...
- 1) в индивидуальной коммуникации
 - 2) в межличностной коммуникации
 - 3) в групповой коммуникации
 - 4) в массовой коммуникации
14. Преподаватель, передающий сообщение ученику, осуществляет...
- 1) индивидуальную коммуникацию
 - 2) межличностную коммуникацию
 - 3) групповую коммуникацию
 - 4) массовую коммуникацию
15. Сообщение получено адресатом, адресат распознал сообщение и интерпретировал его адекватным образом – это...
- 1) схема процесса коммуникации
 - 2) схема передачи сообщения
 - 3) индикаторы успешности действий источника сообщения
 - 4) индикаторы успешности обратной связи
16. Представители целевой аудитории получили сообщение, поняли его смысл, у них сформировалось положительное представление о предмете сообщения – это признаки успешности...
- 1) социальной коммуникации
 - 2) рекламной коммуникации
 - 3) журналистской коммуникации
 - 4) нет решения
17. С точки зрения теории коммуникации процедура придания замыслу сообщения материальной формы (звучащая речь, письменный текст и т.д.) – это...
- 1) информация
 - 2) кодирование
 - 3) канал коммуникации
 - 4) средство коммуникации
18. Для успешного кодирования и декодирования коммуниканты должны...
- 1) иметь общие фоновые знания
 - 2) иметь опыт речевого взаимодействия
 - 3) использовать один код и знать правила его использования
 - 4) использовать универсальные правила кодирования
19. Укажите ответ, где даны две конкурирующие точки зрения на сущность кодирования:
- 1) смысл возникает до начала коммуникации / смысл создается в процессе коммуникации с помощью используемого кода

- 2) смысл возникает лишь при декодировании / смысл никак не связан с процессом декодирования
 - 3) смысл возникает лишь при кодировании / смысл никак не связан с процессом кодирования
 - 4) нет решения
20. «Коммуниканты не только обмениваются информацией и конструируют смыслы, но и воздействуют друг на друга» – эта точка зрения на природу коммуникации и проблемы кодирования и декодирования...
- 1) называется прагматической
 - 2) называется классической
 - 3) восходит к философу Рене Декарту
 - 4) разработана Стюартом Холлом
21. В соответствии с моделью кодирования/декодирования Стюарта Холла значения и смыслы любого сообщения состоят из двух уровней:
- 1) денотативного и семиотического
 - 2) денотативного и коннотативного
 - 3) коннотативного и суггестивного
 - 4) коннотативного и прагматического
22. Сообщение зависит от контекста общения и может быть незавершенным с точки зрения лингвистической формы в...
- 1) массовой коммуникации
 - 2) групповой коммуникации
 - 3) межличностной коммуникации
 - 4) индивидуальной коммуникации
23. Сообщение ориентировано на неперсонализированные группы получателей и почти не зависит от контекста общения в...
- 1) массовой коммуникации
 - 2) групповой коммуникации
 - 3) межличностной коммуникации
 - 4) индивидуальной коммуникации
24. Линейное декодирование характерно для такого средства коммуникации, как...
- 1) печатный текст
 - 2) телевидение
 - 3) Интернет
 - 4) нет решения
25. Сообщения мозаичные, фрагментарные характерны для такого средства коммуникации, как...
- 1) печатный текст
 - 2) телевидение
 - 3) Интернет
 - 4) нет решения
26. Текст, фрагмент которого отсылает нас к другому тексту, также содержащему ссылки на следующий текст, и т.д. до бесконечности, называется...
- 1) линейный текст
 - 2) гипертекст
 - 3) массовый текст
 - 4) сетевой текст
27. Все получатели сообщений, распространяемых с помощью средств массовой информации и коммуникации, а также случайные объединения людей относятся к...
- 1) массовой аудитории
 - 2) специализированной аудитории
 - 3) групповой аудитории
 - 4) нет решения
28. *Специализированная аудитория – это объект:*
- 1) межличностной и массовой коммуникации
 - 2) межличностной и групповой коммуникации
 - 3) групповой и массовой коммуникации
 - 4) нет решения

29. Обратная связь часто отсрочена во времени, неявна, скрыта в...

- 1) массовой коммуникации
- 2) групповой коммуникации
- 3) межличностной коммуникации
- 4) индивидуальной коммуникации

30. Обратная связь практически не отсрочена во времени и часто совпадает с моментом отправки сообщения в...
- 1) массовой коммуникации
 - 2) групповой коммуникации
 - 3) межличностной коммуникации
 - 4) индивидуальной коммуникации
31. Характер коммуникативных действий зависит главным образом от индивидуальных характеристик тех, кто их совершает, и тех, на кого они направлены, в...
- 1) межличностной коммуникации
 - 2) групповой коммуникации
 - 3) массовой коммуникации
 - 4) нет решения
32. В высокой степени психологизированным типом коммуникации является...
- 1) межличностная коммуникация
 - 2) групповая коммуникация
 - 3) массовая коммуникация
 - 4) нет решения
33. Укажите неверное высказывание:
- 1) межличностная коммуникация носит интерактивный характер
 - 2) межличностная коммуникация – это преимущественно опосредованный тип коммуникации
 - 3) сообщения в межличностной коммуникации отличаются композиционной и структурной незавершенностью
 - 4) для межличностной коммуникации характерно активное использование невербальных средств коммуникации
34. Результат коммуникации редко зафиксирован материально и не существует продолжительное время в...
- 1) межличностной коммуникации
 - 2) групповой коммуникации
 - 3) массовой коммуникации
 - 4) нет решения
35. Важным является не то, какими индивидуальными качествами обладает человек, а то, какие социальные (в том числе профессиональные) роли он выполняет в...
- 1) межличностной коммуникации
 - 2) групповой коммуникации
 - 3) массовой коммуникации
 - 4) нет решения
36. Нормированное, регламентированное, сегментизированное и четко иерархизированное общение характерно для...
- 1) межличностной коммуникации
 - 2) групповой коммуникации
 - 3) массовой коммуникации
 - 4) нет решения
37. Внутренние коммуникационные коды, доступные только членам данного социума, часто используются в...
- 1) межличностной коммуникации
 - 2) групповой коммуникации
 - 3) массовой коммуникации
 - 4) нет решения
38. Сегментизированность групповой коммуникации заключается...
- 1) в том, что объемы и потоки информации регулируются различными участниками группового взаимодействия в зависимости от их коммуникационной функции внутри группы
 - 2) в том, что в этом виде коммуникации участвует много посредников
 - 3) в том, что в этом виде коммуникации одни коммуниканты контролируют действия других
 - 4) нет решения
39. Сообщения универсальны и актуальны в...
- 1) межличностной коммуникации

- 2) групповой коммуникации
- 3) массовой коммуникации
- 4) нет решения

40. Носит принципиально опосредованный характер...

- 1) межличностная коммуникация
- 2) групповая коммуникация
- 3) массовая коммуникация
- 4) нет решения

41. Носит институциональный характер (регулирование системой норм и правил)...

- 1) межличностная коммуникация
- 2) групповая коммуникация
- 3) массовая коммуникация
- 4) нет решения

42. Носит однонаправленный характер ...

- 1) межличностная коммуникация
- 2) групповая коммуникация
- 3) массовая коммуникация
- 4) нет решения

43. Принцип «в ходе общения коммуниканты тем или иным образом расставляют акценты на структурных элементах коммуникации, придают тем или иным единицам коммуникации ключевую роль в процессах порождения смысла» лежит в основе классификации функций коммуникации:

- 1) Стюарта Холла
- 2) Гиллиана Дайера
- 3) Романа Якобсона
- 4) Гарольда Лассуэлла

44. Основная роль закрепляется за говорящим (адресантом, коммуникатором) в коммуникационных ситуациях, в которых реализуется...

- 1) эмотивная (экспрессивная) функция
- 2) конативная функция
- 3) референтивная (когнитивная) функция
- 4) поэтическая (риторическая) функция

45. Акцентирование внимания на коде коммуникации предполагает...

- 1) референтивная (когнитивная) функция
- 2) поэтическая (риторическая) функция
- 3) фатическая функция
- 4) метакоммуникативная (металингвистическая) функция

46. В рекламном слогане «Почта банк – правильный выбор!» реализуется...

- 1) эмотивная (экспрессивная) функция
- 2) конативная функция
- 3) фатическая функция
- 4) метакоммуникативная (металингвистическая) функция

47. В высказывании «в тексте курсовой работы не допускается применять обороты разговорной речи» реализуется...

- 1) референтивная (когнитивная) функция
- 2) поэтическая (риторическая) функция
- 3) фатическая функция
- 4) метакоммуникативная (металингвистическая) функция

48. В высказывании «Унылая пора! Очей очарованье! Приятна мне твоя прощальная краса – Люблю я пышное природы увяданье, В багрец и в золото одетые леса...» реализуется...

- 1) эмотивная (экспрессивная) функция
- 2) конативная функция
- 3) референтивная (когнитивная) функция
- 4) поэтическая (риторическая) функция

49. В высказывании «игрушка не предназначена для детей до 3 лет» реализуется...

- 1) референтивная (когнитивная) функция
- 2) поэтическая (риторическая) функция
- 3) фатическая функция
- 4) метакоммуникативная (металингвистическая) функция

50. На активность рекламной коммуникации влияют следующие факторы:

- 1) рост спроса на определенные товары, услуги и т.д.
- 2) недостаточная информированность потребителей об определенных товарах, услугах и т.д.
- 3) процессы перепроизводства и технические средства массовой коммуникации
- 4) нет решения

51. Общество, которое характеризуется не тем, что оно создает и производит, а тем, как оно тратит ресурсы и какие товары и услуги потребляет, называется...

- 1) общество услуг
- 2) общество потребления
- 3) информационное общество
- 4) товарное общество

52. Какое высказывание не подтверждает манипулятивного характера рекламы:

- 1) Реклама скрыто навязывает потребителю определенные установки, желания и потребности.
- 2) Реклама формирует вкусы, предпочтения, ожидания, покупательную активность, потребительское поведение.
- 3) Реклама информирует потребителя об определенных товарах и услугах.
- 4) Реклама формирует стереотипы восприятия, стиль жизни, картину мира.

53. В рекламном сообщении авторская позиция (позиция создателя рекламы)...

- 1) проявляется
- 2) не проявляется
- 3) всегда совпадает с позицией заказчика
- 4) нет решения

54. Аудитория рекламы – это...

- 1) не постоянная группа лиц, не одни и те же индивиды, а достаточно мобильная, обновляемая среда
- 2) постоянная группа лиц, одни и те же индивиды, не мобильная, не обновляемая среда
- 3) не мобильная, не обновляемая среда
- 4) нет решения

55. *Социальная (общественная) реклама*, пропагандирующая какое-либо позитивное с общественной или государственной точки зрения явление или деятельность, по функциям, масштабности и своему характеру относится к...

- 1) коммерческому PR
- 2) государственному PR
- 3) внутрикорпоративному PR
- 4) политическому PR

56. Выберите 3 вида результатов рекламной коммуникации:

- 1) когнитивные, поведенческие, суггестивные
- 2) когнитивные, поведенческие, аффективные
- 3) поведенческие, аффективные, прагматические
- 4) аффективные, прагматические, суггестивные

57. Изменения в знаниях, стереотипах, представлениях и прочих фактах сознания коммуникантов относится к...

- 1) *когнитивным результатам рекламной коммуникации*
- 2) *аффективным результатам рекламной коммуникации*
- 3) *поведенческим результатам рекламной коммуникации*
- 4) нет решения

58. *Аффективные результаты рекламной коммуникации* – это изменения...

- 1) в знаниях, стереотипах, представлениях и прочих фактах сознания коммуникантов
- 2) в оценках, эмоциональном отношении, ценностных установках адресатов
- 3) в поведении адресатов
- 4) нет решения

59. В классическую схему процесса рекламной коммуникации не включается...

- 1) фаза кодирования
- 2) фаза воздействия
- 3) фаза восприятия
- 4) фаза переработки информации

60. Принципиально синтетична...

- 1) PR-коммуникация
- 2) рекламная коммуникация
- 3) журналистская коммуникация
- 4) индивидуальная коммуникация

Критерии оценки в баллах в 3 семестре:

В качестве рубежного контроля проводится тестирование, в котором представлено 25 вопросов. Тестирование проводится – на 1 и 2 рубежном контроле.

- 25 баллов (зачтено) выставляется студенту, если более 19 верных ответов из возможных 25;
- 15 баллов (зачтено) выставляется студенту, если от 15 до 18 верных ответов;
- 10 баллов (зачтено) выставляется студенту, если от 10 до 14 верных ответов;
- 5 баллов (зачтено) выставляется студенту, если от 5 до 9 верных ответов;
- 0 баллов (не зачтено) выставляется студенту, если верных ответов менее 5.

Критерии оценки в баллах в 4 семестре:

В качестве рубежного контроля проводится тестирование, в котором представлено 25 вопросов. Тестирование проводится в два этапа – на первом рубежном контроле и на втором.

- 15 баллов (зачтено) выставляется студенту, если более 19 верных ответов из возможных 25;
- 10 баллов (зачтено) выставляется студенту, если от 15 до 18 верных ответов;
- 5 баллов (зачтено) выставляется студенту, если от 10 до 14 верных ответов;
- 0 баллов (не зачтено) выставляется студенту, если верных ответов менее 10.

2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>.

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. **Гнатюк, Ольга Леонидовна**. Основы теории коммуникации : учеб. пособие / О. Л. Гнатюк .— 2-е изд., стер. — Москва : Кнорус, 2012 .— 256 с.
2. **Голуб, Ольга Юрьевна**. Теория коммуникации : учебник / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова .— Москва : Дашков и К, 2012 .— 387 с.

Дополнительная литература:

3. **Чудинов, А. П.** Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : практикум / А. П. Чудинов, Е. А. Нахимова .— Москва : Флинта, 2013 .— 153 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему издательства "Лань" .— ISBN 978-5-9765-1573-4 .— <URL:http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=44136>.

4. **Курлов, Алексей Борисович**. Основы теории коммуникации. : учеб. пособие / А. Б. Курлов .— Уфа : РИО Баш ГУ, 2002 .— 124 с.
5. **Коноваленко, Марина Юрьевна**. Теория коммуникации : учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко ; Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова, .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2013 .— 415 с.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г
3. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»
- <http://www.proreklamu.com>
- <https://www.youtube.com/watch?v=suMnNW7axR4>
- <http://www.advesti.ru>
- <http://reklamaster.com>
- <http://www.createbrand.ru>
- <http://www.e-xecutive.ru>
- <http://www.piar.ru>
- <http://pr-info.ru>
- <http://pr-life.ru>
- <http://www.raso.ru>
- <http://www.soob.ru>
- <http://www.rwr.ru>
- <http://studlib.com/>
- <https://vnaumov.timepad.ru>
- <https://prexplore.ru>
- <http://www.adhard.ru>
- http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
- <http://www.advmarket.ru>
- <http://www.advertology.ru>
- <http://reklamist.com>
- https://studref.com/346872/marketing/reklama_rossii
- <https://adindustry.ru/publications/1194>

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

7.

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3

учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Лекции	Аудитория № 407 Учебная мебель, доска
учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Практические занятия	Аудитория № 316 Учебная мебель, доска
учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Индивидуальные и групповые консультации,	Аудитория № 407 Учебная мебель, доска
учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	промежуточная аттестация.	Аудитория № 407 Учебная мебель, доска Учебная аудитория 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, компьютер (системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)8Gb HDD 1 Tb\DVD-RW\450W\ Win 10 pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук). ПО: 1. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г. 2. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 3. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г. 4. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.
помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)	Самостоятельная работа	Читальный зал №5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Основы теории коммуникации» на 1, 2 семестры
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	252/7
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	121,4
лекций	52
практических/ семинарских	68
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,4
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	103,6
Учебных часов на подготовку к зачету, экзамену (Контроль)	27

Форма контроля:

Зачет 1 семестр

Экзамен 2 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1. Базовые понятия теории коммуникации								
1.	<i>Тема 1. Предмет теории коммуникации.</i> Предмет теории коммуникации. Пять подходов к предмету теории коммуникации. Основные закономерности коммуникации. Базовые понятия теории коммуникации.	4	4		6	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2.	<i>Тема 2. Базовые понятия теории коммуникации.</i> Понятие информации. Коммуникативная ситуация. Коммуникативное событие. Коммуникативный акт. Речевая ситуация. Речевое событие. Речевой акт. Понятие дискурса.	4	4		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
3.	<i>Тема 3. Факторы коммуникации.</i> <i>Факторы коммуникации.</i> Общая характеристика факторов коммуникации. Биологические факторы коммуникации. Социальные факторы коммуникации. Культурные факторы коммуникации.	4	4		6	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.

	Психологические факторы коммуникации.							
Модуль 2. Теория коммуникации как историческое явление								
4.	Тема 4. Исторические этапы развития различных видов коммуникации. Общинная коммуникационная система. Рукописная коммуникационная система. Мануфактурная коммуникационная система («эпоха Гуттенберга»). Индустриальная коммуникационная система. Мультимедийная (цифровая) коммуникационная система.	4	4		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка реферата. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия.
5.	Тема 5. Теоретические модели коммуникации. Теоретические модели коммуникации Аристотеля и Квинтилиана, Лассуэлла, Шеннона и Уивера, Хайдера и Ньюкомба, Шрамма и Осгуда, Маклюэна, Фуко, Умберто Эко, Берта.	4	4		6	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
6.	Тема 6. Основные составляющие коммуникации. Основные составляющие коммуникации. Общая характеристика. Источник сообщения. Получатель сообщения. Кодирование и декодирование. Две точки зрения на природу кодирования	4	4		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	и декодирования. Сообщение.							
7.	<i>Тема 7. Функции, типология, каналы и средства коммуникации.</i> Функции коммуникации. Типы коммуникации. Каналы и средства коммуникации.	4	4		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<i>Тема 8. Участники коммуникации.</i> Коммуникативная личность. Коммуникаторы. Аудитория: понятие, типы. Массовая аудитория. Взаимодействие коммуникатора с аудиторией.	4	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
9.	<i>Тема 9. Семиотические аспекты коммуникации.</i> Понятие знака, типология знаков. Социальные символы. Символьная коммуникация. Семантика, синтактика, прагматика как направления семиотического анализа. Семиотические особенности различных сфер коммуникации.	4	4		6	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
Модуль 3. Типы коммуникации.								
10.	<i>Тема 10. Имиджевая коммуникация.</i> Позиционирование. Имиджформирующая информация. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Габитарный имидж.	2	4		6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
11.	<i>Тема 11. Межкультурная коммуникация.</i>	2	4		6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка	Выступление по теме

	Взаимодействие языка и культуры. Специфика развития межкультурной коммуникации в России. Концепт и культурная коннотация в межкультурной коммуникации. Модель межкультурной коммуникации. Культурные коды. Культурно-национальные символы. Стереотипы в межкультурном общении.						материала к выступлению по теме практического занятия.	практического занятия.
12.	<i>Тема 12. Межличностная коммуникация.</i> Основные понятия межличностной коммуникации. Межличностное пространство. Коммуникативные типы людей. Коммуникация по Э. Берну. Аксиомы межличностной коммуникации.	2	4		6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
13.	<i>Тема 13. Групповая коммуникация.</i> Понятия социальной коммуникации. Понятие социализации. Референтные группы. Понятие первичной группы. Семья как первичная группа. Специфика коммуникации в семье. Понятие вторичной группы. Специфика коммуникации во вторичной группе. Каналы коммуникации во вторичной группе.	2	4		6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
Модуль 4. Массовая коммуникация								

14.	<i>Тема 14. Типы массовой коммуникации. PR-коммуникация.</i> Общая характеристика PR-коммуникации. Структура и процесс PR-коммуникации. Содержание PR-коммуникации. Средства PR-коммуникации: пресс-мероприятия, деловые мероприятия, специальные мероприятия, размещение в масс-медиа, создание историй, социальные проекты, корпоративные медиа. Рекламная коммуникация.	2	4		6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия.
15.	<i>Тема 15. Типы массовой коммуникации. Журналистская коммуникация.</i> Общая характеристика журналистской коммуникации. Структура и процесс журналистской коммуникации. Содержание журналистской коммуникации. Средства рекламной коммуникации.	2	4		6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
16.	<i>Тема 16. Типы массовой коммуникации. Рекламная коммуникация.</i> Общая характеристика рекламной коммуникации. Структура и процесс рекламной коммуникации. Содержание рекламной коммуникации. Средства рекламной	2	4		6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	коммуникации.							
17.	<i>Тема 17. Средства рекламной коммуникации.</i> Реклама на телевидении. Реклама на радио. Реклама в прессе. Печатная продукция. Наружная реклама. Реклама в интернете. Рекламные сувениры. Выставки, ярмарки, экспозиции. Кино- и видеопродукция, литературные произведения. Эмбиент медиа.	2	4		7,6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
	ИТОГО:	52	68		103,6			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Основы теории коммуникации»
на 1, 2 семестры, сессия 2–3 заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины Заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	252/7
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	29,4
лекций	12
практических/ семинарских	16
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,4
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	209,6
Учебных часов на подготовку к зачету, экзамену (Контроль)	13

Форма контроля:

Зачет 1 семестр, сессия 2

Экзамен 2 семестр, сессия 3

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1. Базовые понятия теории коммуникации								
1.	<i>Тема 1. Предмет теории коммуникации.</i> Предмет теории коммуникации. Пять подходов к предмету теории коммуникации. Основные закономерности коммуникации. Базовые понятия теории коммуникации.	0,5			8	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2.	<i>Тема 2. Базовые понятия теории коммуникации.</i> Понятие информации. Коммуникативная ситуация. Коммуникативное событие. Коммуникативный акт. Речевая ситуация. Речевое событие. Речевой акт. Понятие дискурса.	1	1		8	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
3.	<i>Тема 3. Факторы коммуникации.</i> <i>Факторы коммуникации.</i> Общая характеристика факторов коммуникации. Биологические факторы коммуникации. Социальные факторы коммуникации. Культурные факторы коммуникации.	1	1		8	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.

	Психологические факторы коммуникации.							
Модуль 2. Теория коммуникации как историческое явление								
4.	Тема 4. Исторические этапы развития различных видов коммуникации. Общинная коммуникационная система. Рукописная коммуникационная система. Мануфактурная коммуникационная система («эпоха Гуттенберга»). Индустриальная коммуникационная система. Мультимедийная (цифровая) коммуникационная система.	0,5	1		8	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
5.	Тема 5. Теоретические модели коммуникации. Теоретические модели коммуникации Аристотеля и Квинтилиана, Лассуэлла, Шеннона и Уивера, Хайдера и Ньюкомба, Шрамма и Осгуда, Маклюэна, Фуко, Умберто Эко, Берта.	0,5	1		8	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
6.	Тема 6. Основные составляющие коммуникации. Основные составляющие коммуникации. Общая характеристика. Источник сообщения. Получатель сообщения. Кодирование и декодирование. Две точки зрения на природу кодирования	1	1		8	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	и декодирования. Сообщение.							
7.	<i>Тема 7. Функции, типология, каналы и средства коммуникации.</i> Функции коммуникации. Типы коммуникации. Каналы и средства коммуникации.	0,5	1		8	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<i>Тема 8. Участники коммуникации.</i> Коммуникативная личность. Коммуникаторы. Аудитория: понятие, типы. Массовая аудитория. Взаимодействие коммуникатора с аудиторией.	1	1		8	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
9.	<i>Тема 9. Семиотические аспекты коммуникации.</i> Понятие знака, типология знаков. Социальные символы. Символьная коммуникация. Семантика, синтактика, прагматика как направления семиотического анализа. Семиотические особенности различных сфер коммуникации.	0,5	1		8	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к контрольной работе.	Выступление по теме практического занятия. Контрольная работа.
Модуль 3. Типы коммуникации.								
10.	<i>Тема 10. Имиджевая коммуникация.</i> Позиционирование. Имиджформирующая информация. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Габитарный имидж.	1	1		12	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
11.	<i>Тема 11. Межкультурная коммуникация.</i>	1	1		16	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка	Выступление по теме

	Взаимодействие языка и культуры. Специфика развития межкультурной коммуникации в России. Концепт и культурная коннотация в межкультурной коммуникации. Модель межкультурной коммуникации. Культурные коды. Культурно-национальные символы. Стереотипы в межкультурном общении.						материала к выступлению по теме практического занятия.	практического занятия.
12.	<i>Тема 12. Межличностная коммуникация.</i> Основные понятия межличностной коммуникации. Межличностное пространство. Коммуникативные типы людей. Коммуникация по Э. Берну. Аксиомы межличностной коммуникации.	0,5	1		16	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
13.	<i>Тема 13. Групповая коммуникация.</i> Понятия социальной коммуникации. Понятие социализации. Референтные группы. Понятие первичной группы. Семья как первичная группа. Специфика коммуникации в семье. Понятие вторичной группы. Специфика коммуникации во вторичной группе. Каналы коммуникации во вторичной группе.	0,5	1		16	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
Модуль 4. Массовая коммуникация								

14.	Тема 14. Типы массовой коммуникации. PR-коммуникация. Общая характеристика PR-коммуникации. Структура и процесс PR-коммуникации. Содержание PR-коммуникации. Средства PR-коммуникации: пресс-мероприятия, деловые мероприятия, специальные мероприятия, размещение в масс-медиа, создание историй, социальные проекты, корпоративные медиа. Рекламная коммуникация.	0,5	1		16	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия.
15.	Тема 15. Типы массовой коммуникации. Журналистская коммуникация. Общая характеристика журналистской коммуникации. Структура и процесс журналистской коммуникации. Содержание журналистской коммуникации. Средства рекламной коммуникации.	0,5	1		16	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
16.	Тема 16. Типы массовой коммуникации. Рекламная коммуникация. Общая характеристика рекламной коммуникации. Структура и процесс рекламной коммуникации. Содержание рекламной коммуникации. Средства рекламной	0,5	1		16	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	коммуникации.							
17.	<i>Тема 17. Средства рекламной коммуникации.</i> Реклама на телевидении. Реклама на радио. Реклама в прессе. Печатная продукция. Наружная реклама. Реклама в интернете. Рекламные сувениры. Выставки, ярмарки, экспозиции. Кино- и видеопродукция, литературные произведения. Эмбиент медиа.	1	1		21,8	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
	ИТОГО:	12	16		209,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Основы теории коммуникации» на 2, 3 семестры
очно-заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины Очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	252/7
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	73,4
лекций	36
практических/ семинарских	36
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,4
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	70,6
Учебных часов на подготовку к зачету, экзамену (Контроль)	34,8

Форма контроля:

Зачет 2 семестр

Экзамен 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1. Базовые понятия теории коммуникации								
1.	<i>Тема 1. Предмет теории коммуникации.</i> Предмет теории коммуникации. Пять подходов к предмету теории коммуникации. Основные закономерности коммуникации. Базовые понятия теории коммуникации.	2	2		4	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2.	<i>Тема 2. Базовые понятия теории коммуникации.</i> Понятие информации. Коммуникативная ситуация. Коммуникативное событие. Коммуникативный акт. Речевая ситуация. Речевое событие. Речевой акт. Понятие дискурса.	2	2		4	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
3.	<i>Тема 3. Факторы коммуникации.</i> <i>Факторы коммуникации.</i> Общая характеристика факторов коммуникации. Биологические факторы коммуникации. Социальные факторы коммуникации. Культурные факторы коммуникации.	2	2		4	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.

	Психологические факторы коммуникации.							
Модуль 2. Теория коммуникации как историческое явление								
4.	Тема 4. Исторические этапы развития различных видов коммуникации. Общинная коммуникационная система. Рукописная коммуникационная система. Мануфактурная коммуникационная система («эпоха Гуттенберга»). Индустриальная коммуникационная система. Мультимедийная (цифровая) коммуникационная система.	2	2		4	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка реферата. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия.
5.	Тема 5. Теоретические модели коммуникации. Теоретические модели коммуникации Аристотеля и Квинтилиана, Лассуэлла, Шеннона и Уивера, Хайдера и Ньюкомба, Шрамма и Осгуда, Маклюэна, Фуко, Умберто Эко, Берта.	2	2		4	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
6.	Тема 6. Основные составляющие коммуникации. Основные составляющие коммуникации. Общая характеристика. Источник сообщения. Получатель сообщения. Кодирование и декодирование. Две точки зрения на природу кодирования	2	2		4	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	и декодирования. Сообщение.							
7.	<i>Тема 7. Функции, типология, каналы и средства коммуникации.</i> Функции коммуникации. Типы коммуникации. Каналы и средства коммуникации.	2	2		4	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<i>Тема 8. Участники коммуникации.</i> Коммуникативная личность. Коммуникаторы. Аудитория: понятие, типы. Массовая аудитория. Взаимодействие коммуникатора с аудиторией.	2	2		4	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
9.	<i>Тема 9. Семиотические аспекты коммуникации.</i> Понятие знака, типология знаков. Социальные символы. Символьная коммуникация. Семантика, синтактика, прагматика как направления семиотического анализа. Семиотические особенности различных сфер коммуникации.	2	2		4	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
Модуль 3. Типы коммуникации.								
10.	<i>Тема 10. Имиджевая коммуникация.</i> Позиционирование. Имиджформирующая информация. Вербальный имидж. Невербальный имидж. Габитарный имидж.	2	2		4	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
11.	<i>Тема 11. Межкультурная коммуникация.</i>	2	2		4	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка	Выступление по теме

	Взаимодействие языка и культуры. Специфика развития межкультурной коммуникации в России. Концепт и культурная коннотация в межкультурной коммуникации. Модель межкультурной коммуникации. Культурные коды. Культурно-национальные символы. Стереотипы в межкультурном общении.						материала к выступлению по теме практического занятия.	практического занятия.
12.	<i>Тема 12. Межличностная коммуникация.</i> Основные понятия межличностной коммуникации. Межличностное пространство. Коммуникативные типы людей. Коммуникация по Э. Берну. Аксиомы межличностной коммуникации.	2	2		4	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
13.	<i>Тема 13. Групповая коммуникация.</i> Понятия социальной коммуникации. Понятие социализации. Референтные группы. Понятие первичной группы. Семья как первичная группа. Специфика коммуникации в семье. Понятие вторичной группы. Специфика коммуникации во вторичной группе. Каналы коммуникации во вторичной группе.	2	2		4	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
Модуль 4. Массовая коммуникация								

14.	<i>Тема 14. Типы массовой коммуникации. PR-коммуникация.</i> Общая характеристика PR-коммуникации. Структура и процесс PR-коммуникации. Содержание PR-коммуникации. Средства PR-коммуникации: пресс-мероприятия, деловые мероприятия, специальные мероприятия, размещение в масс-медиа, создание историй, социальные проекты, корпоративные медиа. Рекламная коммуникация.	2	2		4	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия.
15.	<i>Тема 15. Типы массовой коммуникации. Журналистская коммуникация.</i> Общая характеристика журналистской коммуникации. Структура и процесс журналистской коммуникации. Содержание журналистской коммуникации. Средства рекламной коммуникации.	2	2		4	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
16.	<i>Тема 16. Типы массовой коммуникации. Рекламная коммуникация.</i> Общая характеристика рекламной коммуникации. Структура и процесс рекламной коммуникации. Содержание рекламной коммуникации. Средства рекламной	2	2		4	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	коммуникации.							
17.	<i>Тема 17. Средства рекламной коммуникации.</i> Реклама на телевидении. Реклама на радио. Реклама в прессе. Печатная продукция. Наружная реклама. Реклама в интернете. Рекламные сувениры. Выставки, ярмарки, экспозиции. Кино- и видеопродукция, литературные произведения. Эмбиент медиа.	4	4		6,6	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
	ИТОГО:	36	36		70,6			

