

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол №10 от «19» мая 2017 г.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета  
/института

И.о. зав. кафедрой  /Иткулова Л.А.

 /Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**


Дисциплина «**Основы теории коммуникации**»

базовая

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: 2017 г.

Уфа 2017

Составитель: Силиванец Ангелина Владимировна

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол от «19» мая 2017 г. № 10

И.о. зав. кафедрой



/ Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № 11 от «18» июня 2018 г.: «Обновлен список основной и дополнительной литературы; обновлен перечень программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины».

И.о. зав. кафедрой



/ Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры

\_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры

\_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	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 планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	примечание
Знать	систему норм современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и систему функциональных стилей русского языка в ее динамике;	- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	
	основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	- умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)	
	основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5)	
	основные требования, предъявляемые современным информационным обществом к работе с источниками	- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)	
Уметь	пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка.	- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	
	планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для	- умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);	

	организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества		
	организовывать и проводить PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества	- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);	
	работать с пакетами прикладных профессиональных программ	- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)	
Владеть	навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью» .	- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	
	навыками по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности	- умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)	
	навыками по тактическому управлению PR-акциями, PR и рекламными кампаниями и другими коммуникационными мероприятиями	- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5)	
	основными методами защиты информации	- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с	

		учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)	
--	--	--	--

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к *базовой* части.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3, 4 семестрах.

Курс нацелен на приобретение теоретических 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.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студентов в результате освоения дисциплин «Введение в СО», «Социология», «Русский язык и культура речи», «Теория и практика массовой информации». Также необходимо изучение данного курса как предваряющего изучение предметов «Внутрифирменный PR», «Теория социальной информации», «Организация пресс-мероприятий», «Коммуникационный менеджмент» и др.

## **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: ОК-5 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не зачтено», «Не удовлетворительно»)	3 («Не зачтено», «Удовлетворительно»)	4 («Не зачтено», «Хорошо»)	5 («Не зачтено», «Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: систему норм современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и систему функциональных стилей русского языка в ее динамике;	Отсутствие представлений о системе норм современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических) и системе функциональных стилей русского языка в ее динамике	Сформированы фрагментарные знания и представления о системе норм современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических) и системе функциональных стилей русского языка в ее динамике	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в представлениях о системе норм современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических) и системе функциональных стилей русского языка в ее динамике	Сформированы комплексные и систематические представления о системе норм современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и системе функциональных стилей русского языка в ее динамике
Второй этап	Уметь: пользоваться	Отсутствие умений	Сформированы начальные	Сформированы, но	Сформированы комплексные и

(уровень)	владеть основной справочной литературой, толковым и нормативными словарями и русского языка.	пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка.	умения пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка.	содержатся отдельные пробелы в умении пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка.	систематические умения пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка.
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Отсутствие навыков создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Сформированы простейшие навыки создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Сформированы на базовом уровне навыки создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»	Сформированы на высоком уровне навыки создания на русском языке логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»

Код и формулировка компетенции: ОПК-4 – умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Этап	Планируе	Критерии оценивания результатов обучения
------	----------	--



(уровень) освоения компетенции	мые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	2 («Не зачтено», «Не удовлетворительно»)	3 («Не зачтено», «Удовлетворительно»)	4 («Не зачтено», «Хорошо»)	5 («Не зачтено», «Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Отсутствие представлений об основах стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Сформированы фрагментарные знания и представления об основах стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях об основах стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Сформированы комплексные и систематические представления об основах стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью
Второй этап (уровень)	Уметь: планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизни общества	Отсутствие умений планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизни общества	Сформированы начальные умения планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизни общества	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизни общества	Сформированы комплексные и систематические умения планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизни общества

	сферы жизнедеятельности общества				
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности	Отсутствие навыков по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности	Сформированы простейшие навыки по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности	Сформированы на базовом уровне навыки по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности	Сформированы на высоком уровне навыки по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности

Код и формулировка компетенции: ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не зачтено», «Не удовлетворительно»)	3 («Не зачтено», «Удовлетворительно»)	4 («Не зачтено», «Хорошо»)	5 («Не зачтено», «Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Отсутствие представлений об основах стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Сформированы фрагментарные знания и представления об основах стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях об основах стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью	Сформированы комплексные и систематические представления об основах стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью

				общественно стью	
Второй этап (уровень)	Уметь: организовывать и проводить PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества	Отсутствие умений организовывать и проводить PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества	Сформированы начальные умения организовывать и проводить PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении организовывать и проводить PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества	Сформированы комплексные и систематические умения организовывать и проводить PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками по тактическому управлению PR-акциями, PR и рекламными кампаниями и другими коммуникационными мероприятиями	Отсутствие навыков по тактическому управлению PR-акциями, PR и рекламными кампаниями и другими коммуникационными мероприятиями	Сформированы простейшие навыки по тактическому управлению PR-акциями, PR и рекламными кампаниями и другими коммуникационными мероприятиями	Сформированы на базовом уровне навыки по тактическому управлению PR-акциями, PR и рекламными кампаниями и другими коммуникационными мероприятиями	Сформированы на высоком уровне навыки по тактическому управлению PR-акциями, PR и рекламными кампаниями и другими коммуникационными мероприятиями

Код и формулировка компетенции: ОПК-6 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Этап (уровень)	Планируемые	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не	3 («Не	4 («Не	5 («Не

освоения компетенции	результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	зачтено», «Не удовлетворительно»)	зачтено», «Удовлетворительно»)	зачтено», «Хорошо»)	зачтено», «Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: основные требования, предъявляемые к современным информационным сообществом к работе с источниками	Отсутствие представлений об основных требованиях, предъявляемых к современным информационным сообществом к работе с источниками	Сформированы фрагментарные знания и представления об основных требованиях, предъявляемых к современным информационным сообществом к работе с источниками	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях и представлениях об основных требованиях, предъявляемых к современным информационным сообществом к работе с источниками	Сформированы комплексные и систематические представления об основных требованиях, предъявляемых к современным информационным сообществом к работе с источниками
Второй этап (уровень)	Уметь: работать с пакетами прикладных профессиональных программ	Отсутствие умений работать с пакетами прикладных профессиональных программ	Сформированы начальные умения работать с пакетами прикладных профессиональных программ	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении работать с пакетами прикладных профессиональных программ	Сформированы комплексные и систематические умения работать с пакетами прикладных профессиональных программ
Третий этап (уровень)	Владеть: основным и методами защиты информации	Отсутствие владения основными методами защиты информации	Сформированы простейшие навыки по владению основными методами защиты информации	Сформированы на базовом уровне навыки по владению основными методами защиты информации	Сформированы на высоком уровне навыки по владению основными методами защиты информации

Показатели сформированности компетенции:

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».

**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**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап  Знания	1. Систему норм современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и систему функциональных стилей русского языка в ее динамике; 2. Основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью 3. Основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью 4. Основные требования, предъявляемые современным информационным обществом к работе с источниками	ОК-5, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6	Выступление по теме практического занятия Тестирование

<p>2-й этап</p> <p>Умения</p>	<p>1. Пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка</p> <p>2. Планировать и организовывать PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества</p> <p>3. Организовывать и проводить PR-акции, PR и рекламные кампании и другие коммуникационные программы для организаций и предприятий любой сферы жизнедеятельности общества</p> <p>4. Работать с пакетами прикладных профессиональных программ</p>	<p>ОК-5, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p> <p>Тестирование</p>
<p>3-й этап</p> <p>Владеть навыками</p>	<p>1. Навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»</p> <p>2. Навыками по разработке и управлению проектами в области профессиональной деятельности</p> <p>3. Навыками по тактическому управлению PR-акциями, PR и рекламными кампаниями и другими коммуникационными</p>	<p>ОК-5, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6</p>	<p>Выступление по теме практического занятия</p> <p>Тестирование</p>

	мероприятиями 4. Основными методами защиты информации		
--	---	--	--

### ***Рейтинг-план дисциплины***

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

### **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**

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 делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует привитие 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.

#### **Примерная тематика контрольных работ для заочной формы обучения**

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. Типы коммуникации. Межличностная коммуникация. Основные характеристики.
14. Типы коммуникации. Групповая коммуникация. Основные характеристики.
15. Типы коммуникации. Массовая коммуникация. Основные характеристики.
16. Средства рекламной коммуникации. Реклама на телевидении как средство рекламной коммуникации.
17. Средства рекламной коммуникации. Реклама на радио как средство рекламной коммуникации.
18. Средства рекламной коммуникации. Реклама в прессе как средство рекламной коммуникации.
19. Средства рекламной коммуникации. Печатная продукция как средство рекламной коммуникации.
20. Средства рекламной коммуникации. Наружная реклама как средство рекламной коммуникации.
21. Средства рекламной коммуникации. Реклама в интернете как средство рекламной коммуникации.
22. Средства рекламной коммуникации. Рекламные сувениры как средство рекламной коммуникации.

23. Средства рекламной коммуникации. Выставки, ярмарки, экспозиции как средство рекламной коммуникации.
24. Средства рекламной коммуникации. Кино- и видеопродукция, литературные произведения как средство рекламной коммуникации.
25. Средства рекламной коммуникации. Эмбиент медиа как средство рекламной коммуникации.

#### **Критерии оценки контрольной работы:**

- актуальность темы
- соответствие содержания теме
- глубина проработки материала
- правильность и полнота использования источников
- соответствие оформления стандартом.

#### **Описание шкалы оценивания:**

Оценка «зачтено» ставится за самостоятельно написанный материал по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы.

Оценка «не зачтено» ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких замечаний преподавателя; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов; недостаточно сформированы навыки письменной речи.

#### **Примерные тесты по дисциплине**

1. Теория коммуникации сформировалась в Европе и США как самостоятельная академическая дисциплина: ъ  
А) в начале XXI века  
Б) в середине XX века  
В) в XIX веке  
Г) в конце XVIII века  
Д) в начале XIX
2. Чем был вызван исследовательский интерес к проблемам коммуникации и информации во второй половине XX века (назовите не менее двух факторов)?
3. Автором определения: «Коммуникация – механизм, посредством которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, включающий в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени», является:  
А) Ч. Кули  
Б) К. Черри  
В) М. Каган  
Г) Т. Шибутани  
Д) Ю. Хабермас

#### **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](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.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://studref.com/346872/marketing/reklama_rossii)
- <https://adindustry.ru/publications/1194>

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

7.

<b>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</b>	<b>Вид занятий</b>	<b>Наименование оборудования, программного обеспечения</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Лекции	<b>Аудитория № 407</b> Учебная мебель, доска
<i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Практические занятия	<b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска
<i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Индивидуальные и групповые консультации,	<b>Аудитория № 407</b> Учебная мебель, доска

<p><b>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b>  аудитория № 421  Лаборатория ИТ  (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4),  аудитория № 407  (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>промежуточная аттестация.</p>	<p><b>Аудитория № 407</b>  Учебная мебель, доска  <b>Учебная аудитория 421</b>  <b>Лаборатория ИТ</b>  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.</p>
<p><b>помещения для самостоятельной работы:</b>  читальный зал № 5  (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p><b>Читальный зал №5</b>  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.</p>

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

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Основы теории коммуникации» на 3, 4 семестры  
очной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Очная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	288/8
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	31,9
лекций	12
практических/ семинарских	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,9
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	244,5
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	11,6

Форма контроля:  
Зачет 3 семестр  
Экзамен 4 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	4		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.	2	4		88	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	4		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.	<p><i>Тема 4. Исторические этапы развития различных видов коммуникации.</i></p> <p>Общинная коммуникационная система. Рукописная коммуникационная система. Мануфактурная коммуникационная система («эпоха Гуттенберга»). Индустриальная коммуникационная система. Мультимедийная (цифровая) коммуникационная система.</p>	2	4		8	1-4	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой.</p> <p>Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p> <p>Подготовка реферата.</p> <p>Подготовка к тестированию.</p>	Выступление по теме практического занятия.
5.	<p><i>Тема 5. Теоретические модели коммуникации.</i></p> <p>Теоретические модели коммуникации Аристотеля и Квинтиллиана, Лассуэлла, Шеннона и Уивера, Хайдера и Ньюкомба, Шрамма и Осгуда, Маклюэна, Фуко, Умберто Эко, Берга.</p>	2	4		8	1-2	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой.</p> <p>Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.</p>	Выступление по теме практического занятия.
6.	<p><i>Тема 6. Основные составляющие коммуникации.</i></p> <p>Основные составляющие коммуникации. Общая характеристика. Источник сообщения. Получатель сообщения. Кодирование и декодирование. Две точки зрения на природу кодирования</p>	2	4		8	1-4	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой.</p> <p>Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p>	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	4		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.	2	4		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.	2	4		8	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		10	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		10	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		10	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		10	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.	<p><i>Тема 14. Типы массовой коммуникации. PR-коммуникация.</i></p> <p>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.</p>	2	4		10	1-2, 3-4	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p>
15.	<p><i>Тема 15. Типы массовой коммуникации. Журналистская коммуникация.</i></p> <p>Общая характеристика журналистской коммуникации. Структура и процесс журналистской коммуникации. Содержание журналистской коммуникации. Средства рекламной коммуникации.</p>	2	4		10	1-2, 3-4	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p>
16.	<p><i>Тема 16. Типы массовой коммуникации. Рекламная коммуникация.</i></p> <p>Общая характеристика рекламной коммуникации. Структура и процесс рекламной коммуникации. Содержание рекламной коммуникации. Средства рекламной</p>	2	4		10	1-2, 3-4	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.</p>



	коммуникации.							
17.	<p><i>Тема 17. Средства рекламной коммуникации.</i></p> <p>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.</p>	2	4		16,8	1-2, 3-4	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.  Подготовка к тестированию.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия.  Тестирование.</p>
	<b>ИТОГО:</b>	12	18		244,5			

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

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Основы теории коммуникации»  
на 3, 4 семестры, сессия 2–3 заочной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Заочная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	288/8
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	103,4
лекций	34
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)	158,8
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	25,8

Форма контроля:

Зачет 3 семестр, сессия 2

Экзамен 4 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	1		14	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.	0,5	1		14	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.	0,5	1		14	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.	<i>Тема 4. Исторические этапы развития различных видов коммуникации.</i> Общинная коммуникационная система. Рукописная коммуникационная система. Мануфактурная коммуникационная система («эпоха Гуттенберга»). Индустриальная коммуникационная система. Мультимедийная (цифровая) коммуникационная система.	0,5	1		14	1-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
5.	<i>Тема 5. Теоретические модели коммуникации.</i> Теоретические модели коммуникации Аристотеля и Квинтиллиана, Лассуэлла, Шеннона и Уивера, Хайдера и Ньюкомба, Шрамма и Осгуда, Маклюэна, Фуко, Умберто Эко, Берга.	0,5	1		14	1-2	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
6.	<i>Тема 6. Основные составляющие коммуникации.</i> Основные составляющие коммуникации. Общая характеристика. Источник сообщения. Получатель сообщения. Кодирование и декодирование. Две точки зрения на природу кодирования	1	1		14	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		14	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.	0,5	1		14	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		14	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		14	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>	0,5	1		14	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		14	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.	1	1		14	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.	<p><i>Тема 14. Типы массовой коммуникации. PR-коммуникация.</i></p> <p>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.</p>	1	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.	<p><i>Тема 15. Типы массовой коммуникации. Журналистская коммуникация.</i></p> <p>Общая характеристика журналистской коммуникации. Структура и процесс журналистской коммуникации. Содержание журналистской коммуникации. Средства рекламной коммуникации.</p>	1	1		14	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
16.	<p><i>Тема 16. Типы массовой коммуникации. Рекламная коммуникация.</i></p> <p>Общая характеристика рекламной коммуникации. Структура и процесс рекламной коммуникации. Содержание рекламной коммуникации. Средства рекламной</p>	1	1		16,5	1-2, 3-4	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	коммуникации.							
17.	<p><i>Тема 17. Средства рекламной коммуникации.</i></p> <p>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.</p>	1	2		16	1-2, 3-4	<p>Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.</p>	<p>Выступление по теме практического занятия. Тестирование.</p>
	<b>Контрольная работа</b>						<p><b>Контрольная работа</b> — это письменная работа, в которой измеряется уровень, знаний, навыков, умений и навыков. Используется как средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности.</p>	
	<b>ИТОГО:</b>	12	18		244,5			



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

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Курс 2, семестр 3

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

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

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Курс 2, семестр 4

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