

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Уральский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика финансы и управление»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Уральского филиала
Финуниверситета



А.А. Якушев
«21» апреля 2021 г.

Калмакова Н.А.

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

*Рекомендовано Ученым советом
Уральского филиала Финуниверситета
(Протокол № 31 от «20» апреля 2021 г.)*

*Одобрено кафедрой «Экономика, финансы и управление»
(Протокол № 11 от «13» апреля 2021 г.)*

Челябинск, 2021

Содержание

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине.....	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
4. Объём дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	5
5.1. Содержание дисциплины.....	5
5.2 Учебно-тематический план.....	10
5.3 Содержание семинаров, практических занятий.....	11
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	20
6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	20
6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.....	23
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	26
7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы.....	26
7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний.....	31
7.3 Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	36
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	36
9. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	37
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	38
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	39
12. Описание материальной базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	40

1. Наименование дисциплины

«Основы теории коммуникации»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1.Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией. 2.Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий.	1.Знать: структуру общества и государства как сложных систем; особенности и тенденции их развития; влияния государства на общество, в том числе на формирование мировоззрения человека Уметь: применять знания об особенностях и тенденциях развития общества и государства при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; формулировать и логично аргументировать те или иные тезисы при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом текущего законодательства и тенденций развития общества и государства 2. Знать основные тенденции развития общественных и государственных институтов, а также специфику современных коммуникационных процессов. Уметь: выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или)

			медиапродуктах и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов, работает с культурными кодами целевых аудиторий. 2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	1. Знать: Основные особенности отечественного и мирового культурного процесса Уметь: использовать достижения отечественной и мировой культуры при создании медиа продуктов 2. Знать: - этнические, конфессиональные и территориальные символы при создании медиапродуктов Уметь: - использовать различные этнические, конфессиональные символы в процессе создания медиапродуктов
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования	1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. 2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.	1. Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях 2. Уметь: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы 2. Знать особенности формальных и неформальных институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющих на развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Уметь: моделировать индивидуальные и

			коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакommunikационной системы
--	--	--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы теории коммуникаций» входит в модуль общепрофессиональных дисциплин направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью».

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы	Трудоемкость (з.е./час.)			
	Всего	3 семестр	4 семестр	5 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	10/360	90	162	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	136	34	68	34
<i>Лекции</i>	66	16	34	16
<i>Семинарские и практические занятия</i>	70	18	34	18
Самостоятельная работа	224	56	94	74
Вид текущего контроля	Реферат, домашнее творческое задание	домашнее творческое задание	реферат	
Вид промежуточной аттестации	зачет экзамен	зачет	зачет	экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Основы теории коммуникаций и коммуникативистики, особенности изучения учебной дисциплины

Предмет теории коммуникаций. Законы и категории. Методы и функции. Антропосоциогенез и социальная коммуникация. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Смысл и содержание коммуникативного поворота в науке. Роль и место коммуникаций в современном обществе. Объект и предмет и цели изучения основ теории массовых коммуникаций. Междисциплинарные связи науки о коммуникациях. Структура

коммуникативного знания. Закономерности научного знания о коммуникациях. Методология исследования коммуникаций. Содержание понятийно-категориального аппарата теории коммуникаций. Функции теории коммуникаций. Коммуникативная компетентность личности. Проблемы формирования комплекса коммуникативных знаний и навыков. Характеристики медиаграмотности. Общая характеристика коммуникативных дисциплин.

Тема 2. Общество как пространство коммуникаций

Понятие общества. Общество как социальная система. Структурная композиция общества. Характеристика основных сфер жизнедеятельности общества. Структурный анализ общества. Экономическая (материально-производственная) сфера общества. Способ производства материальных благ. Содержание общественно-экономических формаций.

Предпосылки возникновения информационного общества. Понятие информационного общества. Основные признаки информационного общества. Постиндустриальная парадигма информационного общества. Синергетическая парадигма информационного общества. Неомарксистская парадигма информационного общества. Постмодернистская парадигма информационного общества. Тектурная парадигма информационного общества. Культура информационного общества. Человек в информационном обществе. Общество риска как этап развития информационного общества. Общество знания как этап развития информационного общества. Всемирный доклад ЮНЕСКО «К обществам знания» (2005).

Тема 3. Концептуальный базис коммуникаций.

Постмодернистское видение общества. Состояние постмодерна. Множественность истин Ж.-Ф. Лиотара. Эпистема, как языковой код определяющий поведение в обществе М. Фуко. Концепция «Смерти Автора» Р. Барта. Проблема диалога текстов. Деконструкция текста Ж. Деррида. Теоретический антигуманизм постмодернизма. Образ ризомы Ж. Делёза и Ф. Гваттари. Концепция гиперреальности и симулякров Ж. Бодрийяра. Концепция «конца социального» Ж. Бодрийяра. Концепция титтитаймента Зб. Бжезинского. Племенная структура общества М. Мафессоли.

Теория аутопойесиса Н. Лумана. Общество как наиболее сложная из всех систем. Роль коммуникации в обществе. Масс-медиа как иллюзия социальной реальности. Реклама и масс-медиа в общественных отношениях.

Теория социального поля П. Бурдьё. Характеристика общества как социального пространства. Социальные поля и капиталы. Ключевая роль символического капитала в современном обществе. Концепция габитуса как управляющей структуры общества. Социальные практики и современное общество.

Тема 4. Определение коммуникации.

Современные концепции коммуникации (системные, кибернетические, информационные, семиотические, интерпретативные, интеракционистский, критический). Понимание коммуникации в различных парадигмах (концепция Р. Крейга)

Субстанции коммуникативного взаимодействия. Социальные взаимосвязи.

Характеристика типов социального действия. Социальные ценности как ядро общественных отношений. Многоаспектность коммуникаций. Признаки коммуникации. Риторическая традиция в рассмотрении коммуникации. Семиотическая традиция в рассмотрении коммуникации. Феноменологическая традиция в рассмотрении коммуникации. Кибернетическая традиция в рассмотрении коммуникации. Социо-психологическая традиция в рассмотрении коммуникации. Социокультурная традиция в рассмотрении коммуникации. Критическая традиция в рассмотрении коммуникации. Уровни коммуникации. Виды коммуникации.

Функции коммуникации. Коммуникативный процесс. Характеристика основных элементов коммуникативного процесса. Основные коммуникативные барьеры.

Тема 5. Модели коммуникаций.

Теоретические модели коммуникаций. Проблема поиска идеальной модели коммуникации. Риторическая модель коммуникации Аристотеля. Линейная модель коммуникации Г. Лассуэлла. Ситуативная модель коммуникации Дж. Гербнера. Линейно-техническая модель коммуникации Шеннона-Уивера. Циркулярная модель коммуникации Осгуда-Шрамма. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда. Функциональная модель Р. Якобсона. Лингвистическая модель коммуникации Ю. Лотмана. Семиотическая модель коммуникации У. Эко. Диалогическая модель коммуникации Т. Дридзе. Культуро-центрическая модель коммуникации А. Моля. Прикладные модели массовых коммуникаций. Культурная модель простых и сложных кодов Д.Фiske. Визуально-пропагандистская модель Фiske-Хартли. Символическая модель К. Юнга. Модель нейролингвистического программирования. Модель плавающих означающих. Ж. Лакана. Модель рекламной коммуникации Р. Барта.

Тема 6. Коммуникации в современном обществе.

Основные характеристики массового сознания. Элитарное и массовое сознание. Основные подходы к массовому сознанию. Соотношение ценностей и установок массового сознания. Сущностные черты массового сознания. Особенности эмоционального уровня массового сознания. Особенности рационального уровня массового сознания. Феномены массовой коммуникации.

Массовые коммуникации. Понятие массовой коммуникации. Структура и функции массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.

Определение массовой коммуникации. Свойства массовых коммуникаций. Масс-медиа и массовая культура. Функции массовой коммуникации. Интегрированные массовые коммуникации. Теория «волшебной пули» Г. Лассуэлла. Теория стереотипов У. Липпмана. Теория социального научения А. Бандуры. Теория культивирования Дж. Гербнера. Теория социализации Д. Мейровица. Теория использования и удовлетворения Г. Блюмера и Б. Каца. Конструктивистская теория. Теория навязывания повестки дня М. Маккомбса и Д. Шоу. Когнитивная теория Л. Фестингера. Теория спирали молчания Э. Ноэль-Нойман. Теория заговора.

Тема 7. Общественное мнение в контексте коммуникаций.

Общественное мнение в контексте воздействия социальных

коммуникаций. Понятие «доксы» и «подразумеваемой веры». Эталонные группы общественного мнения. Понятие общественности. Группы общественности. Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса. Проблема колонизации публичности. Разделение аудитории по типу коммуникации. Определение общественного мнения. Циркуляция слухов в общественном мнении.

Конструирование образов в общественном мнении. Образ как конструируемая картина мира. Виды образов общественного мнения. Принципы построения образа. Понятие имиджа.

Вербальная коммуникация.

Семиотика. Синтактика, семантика, прагматика. Средства коммуникации. Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи. Формы речевой коммуникации. Устноречевая коммуникация. Письменноречевая коммуникация.

Конструирование образа: вербализация. Конструирование образа: текстуализация. Конструирование образа: визуализация. Конструирование образа: символизация. Конструирование образа: фетишизация. Конструирование образа: виртуализация. Преобладание визуальных образов в современности. Экономика образов. Потребление образов в современном обществе. Иконы популярной культуры.

Сравнение вербальной и невербальной коммуникаций. Пара- и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Мимика и взгляд. Жесты. Организация пространства и времени коммуникационного процесса. Позы и походка. Контакт глаз.

Тема 8. Дискурсивные практики коммуникации.

Дискурсивизация социального мира. Понятие дискурса. Многозначность определений дискурса. Идеологический характер дискурса (Э. Лакло, Ш. Муфф). Языковой характер мышления (М. Фуко). Дискурсивные практики. Слуги и хозяева языковых систем (К. Касториadis). Тотализирующий дискурс масс-медиа. Трансформации дискурсивных практик. Определяющее влияние дискурса на социальную жизнь. Приписывание значений.

Власть дискурса. Многообразие дискурсов. Калейдоскоп дискурсов (Э. Тоффлер). Деятельность по производству дискурса: денотация, манифестация, сигнификация (Ж. Делез). Создание гиперсобытия.

Особенности политического дискурса. Машины желания (Ж. Делёз, Ф. Гваттари). Дискурс гламура и глянца. Дискурс контркультуры. Дискурс свободы выбора в обществе потребления. Дискурс как проявление коммуникативной рациональности (Ю. Хабермас).

Язык дискурса массовых коммуникаций. Ф. де Соссюр: язык явление социальное. Конструирование языка (В. Хлебников). Семантический треугольник Огдена-Ричардса. Концепция «плавающих означающих» Ж. Лакана. Концепция бессмысленного языка Л.В. Щербы. Концепция шизофренического языка Ж. Делёза. Производство и распространение визуального дискурса. Языковые игры Л. Витгенштейна. Концепция новояза Дж. Оруэлла. Концепция метафоры Дж. Лакоффа. Гипотеза лингвистической относительности Сепира-Уорфа: особенности европейских и индейских языков.

Тема 9. Текстовая деятельность в коммуникациях.

Сущность и содержание текстовой деятельности. Понятие текста. Основные свойства текста. Особенности контекста. Особенности гипертекста. Концепция текстовой деятельности Т.М. Дридзе.

Виды PR-текстов. Определение PR-текста. Типология PR-текстов. Жанры PR-текстов. Оперативно-новостной жанр (пресс-релиз, новостной лист, приглашение). Особенности создания пресс-релиза. Исследовательско-новостной жанр (бэкграундер, лист вопросов и ответов). Фактологический жанр (факт-лист, биография, некролог). Исследовательский жанр (заявление для СМИ). Образно-новостной жанр (байлайнер, поздравление, письмо). Комбинированные тексты (пресс-кит, брошюра, листовка, ньюслеттер). Медиа-тексты (имиджевая статья, интервью, кейс-стори). Смежные тексты (слоган, резюме, пресс-ревью).

Тема 10. Мифология в системе коммуникаций.

Определения мифа. Сущность мифа. Свойства мифа. Механизм воздействия мифа на общество. Особенности мифологического мировоззрения (А.Ф. Лосев). Основные черты мифологического мышления. Функции мифа.

Культурологический подход к мифологии (Б. Малиновский). Структуралистский подход к мифологии (К. Леви-Стросс). Мифологическая модель коммуникации К. Леви-Стросса. Психоаналитический подход к мифологии (З. Фрейд, К. Юнг). Мифологическая модель коммуникации К. Юнга. Лингвистический подход к мифологии (М. Мюллер). Философский подход к мифологии (Э. Кассирер). Коммуникативный подход к мифологии (М. Маклюэн). Постструктуралистский подход к мифологии (Р. Барт). Мифологическая модель коммуникации Р. Барта. Постмодернистский подход к мифологии (Ж. Бодрийяр).

Особенности современной мифологии. Принципы социального влияния современной мифологии. Мифодизайн в современных коммуникациях. Понятия мифотворчества, мифодизайна и мифопрактики. Миф общества потребления. Миф и реклама. Мифологизация коммуникации. Мифоцентрированность сообщения. Признаки потребностной мифологии. Значение основных архетипов. Использование основных архетипов в мифодизайне. Маркеры мифологической коммуникации. Принципы мифологической коммуникации.

Тема 11. Масс-медиа как средства организации коммуникаций.

Этапы развития коммуникаций и эволюция масс-медиа. Сущность масс-медиа: средства массовой информации vs. средства массовой коммуникации. Галактика Гутенберга и электрическая галактика М. Маклюэна. Изменения мира под влиянием масс-медиа.

«Средство есть само сообщение» (М. Маклюэн). «Горячие» и «холодные» средства коммуникации М. Маклюэна. Современные факторы роста значимости средств массовой коммуникации. Особенности политического дискурса масс-медиа.

Характеристика прессы как медиа-коммуникации (Г. Лассуэлл). Журнал как интеллектуальный собеседник. Фотография – фиксация реальной действительности (Р. Барт). Радио как информационный и развлекательно-музыкальный фон (Т. Адорно). Кино – технология создания визуальных образов

мира (Ж. Делёз).

Телевидение – технология слияния пространства и времени в прямом эфире зрителя (Ж. Бодрийяр). Веб-коммуникации – реализация гипертекста многомерной сети (У. Эко).

Феномены медиавоздействия. Наркотизация потребителя масс-медиа (П. Лазарсфельд, Р. Мертон). Формирование повестки дня (Э. Ноэль-Нойман). Появление «одномерного человека» (Г. Маркузе). Гиперреальность и симулякры телевидения (Ж. Бодрийяр).

Становление общества потребления (Ж. Бодрийяр, Н. Кляйн).

Экранное или клиповое сознание атомарного человека (С.Г. Кара-Мурза, В.А. Кутырёв). Гипермедиа в «глобальной трансформации человеческих качеств» (П. Ладлоу, К. Беккер).

Тема 12. Современные информационно-коммуникативные технологии.

Определение информационно-коммуникативных технологий. Технология пропаганды. Маркетинговая технология. Рекламная технология. Технология брендинга. Технология информационной войны. Технология культового контроля. Технология связей с общественностью PR.

Результаты коммуникативного воздействия. Негативные последствия использования информационно-коммуникативных технологий. Связи с общественностью как информационно-коммуникативная технология.

Необходимость связей с общественностью. Сущностные особенности связей с общественностью. Подходы к связям с общественностью. Субъекты PR-деятельности. Объект связей с общественностью.

Цели PR-деятельности. Средства PR-деятельности. Основные формы PR-деятельности.

Модели взаимосвязи субъектов и объектов PR Дж. Грюнинга. Функции PR-деятельности. Публицитный капитал, как результат PR-деятельности.

5.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего часов	Аудиторная работа				Самостоятельная работа	
Общая	Лекции		Семинары, практические занятия	Занятия в интерактивных формах				
1.	Основы теории коммуникации как учебная дисциплина.	26	10	2	8	2	16	Опрос, дискуссия, терминологический диктант
2.	Общество как пространство коммуникаций	24	8	4	4	2	16	Круглый стол, доклады

3.	Концептуальный базис коммуникаций.	24	8	4	4	1	16	Презентация, доклады, дискуссия
4.	Определение коммуникации.	24	8	4	4	1	16	Презентация опрос, дискуссия
5.	Модели коммуникаций.	24	8	4	4	2	16	Решение кейса
6.	Коммуникации в современном обществе.	24	8	4	4	1	16	Презентация, терминологический диктант, доклады
7.	Общественное мнение в контексте коммуникаций.	24	8	4	4	2	16	Презентация, доклады, дискуссия
8.	Дискурсивные практики коммуникаций.	32	16	8	8	4	16	Круглый стол
9.	Текстовая деятельность в коммуникациях.	32	16	8	8	6	16	Деловая игра, презентация, доклады, дискуссия
10.	Мифология в системе коммуникаций.	30	14	8	6	2	16	Презентация, доклады
11.	Масс-медиа как средства организации коммуникаций.	32	16	8	8	6	16	Деловая игра
12.	Современные информационно-коммуникативные технологии.	64	16	8	8	1	48	Защита реферата
В целом по дисциплине:		360	136	66	70	30	224	Реферат, домашнее творческое задание
Итого в %						22		

5.3.Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
1.Основы теории коммуникации как	Семинарские занятия 1-2 (4 часа) Тема: Проблемное поле массовой коммуникации	Обсуждение теоретических

<p>учебная дисциплина</p>	<p>Содержание занятий: Знакомство с проблемным полем массовой коммуникации. Обмен мнениями о её роли в политических процессах.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1., 8.4</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: Что представляет собой коммуникация?</p> <p>Практическое занятие 1 (2 часа)</p> <p>Тема: Характеристика коммуникаций</p> <p>Содержание занятия: Анализ учебной литературы и интернет источников по дисциплине «Теория коммуникаций» по схеме (письменно).</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1., 8.6</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: Характеристика коммуникаций: политические, экономические, социальные, технологические и правовые аспекты.</p> <p>Семинарское занятие 3 (2 часа)</p> <p>Тема: Этапы эволюции коммуникаций</p> <p>Содержание занятия: Ознакомление студентов с основными этапами развития коммуникаций и определение основания современных тенденций в сфере связей с общественностью.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: Изучить этапы эволюции коммуникаций, определить ключевые положения изменений и составить сравнительную таблицу: Этап развития, модель коммуникации, характеристики коммуникативной деятельности, основной тезис, представители</p>	<p>вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия. Контроль усвоения знаний по теме - терминологический диктант.</p>
<p>2.Общество как пространство коммуникаций.</p>	<p>Семинарское занятие 1(2 часа)</p> <p>Тема: Роль коммуникации в различных сферах общества</p> <p>Содержание занятия: Анализ художественных фильмов о коммуникации. Содержание занятия: Анализ художественных фильмов о коммуникации. Обсуждение фильмов о коммуникации «Хвост виляет собакой», «Дьявол носит PRADO», «Шоу Трумана», «Симона», «Семейка Джонсов», «День радио», «Generation П». Подбор модератора и его подготовка. Определение экспертов.</p>	<p>Интервьюирование участников круглого стола, выдвижение тезисов для обсуждения. Выступление с докладами, проведение их обсуждения.</p>
	<p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: Просмотреть указанные фильмы, составить личное представление о месте и роли коммуникации в различных сферах общества.</p>	

	<p>Семинарское занятие 2 (2 часа). Тема: Коммуникативные аспекты Содержание занятия: Анализ книг о коммуникации. Обсуждение книг Эко У. «Имя Розы», Минаев С. «Media Sapiens», Замятин Е. «Мы», Оруэлл Дж. «1984», Брэдбери Р. «451° по Фаренгейту», Хаксли О. «О дивный новый мир», Тоффлер Э. «Футурошок», Гаттака, «Бойцовский клуб». Подбор модератора и его подготовка. Определение экспертов. Вопросы для самостоятельной работы: изучить представленную литературу, выявить коммуникативные аспекты. Рекомендуемые источники: 8.3</p>	
<p>3.Концептуальный базис коммуникаций</p>	<p>Тема 3. Концептуальный базис коммуникаций. Семинарское занятие 1 (2 часа). Тема: Постмодернистская методология Содержание занятия: Применение постмодернистской методологии для исследования информационных проблем современного общества. Анализ постмодернистских идей-концептов: дискурса, симулякра, ризомы, деконструкции, трайбализма, децентрации, «смерти автора», интерсубъективности и осмысление их возможностей для создания информационных технологий воздействия на массовое сознание в различных сферах российского социума. Рекомендуемые источники: 8.1., 8.3 Вопросы для самостоятельной работы: изучить содержание постмодернистских концептов, какие из них вам кажутся наиболее перспективными для анализа современной коммуникативной реальности? Семинарское занятие 2 (2 часа). Тема: Аутопойетическая и структурно пространственная теории коммуникации Содержание занятий: Применение аутопойетической (Н. Луман) и структурно-пространственной методологии (П. Бурдьё) для исследования современных коммуникаций. Анализ процессов самореференции, самопрезентации коммуникации. Исследование на практических примерах коммуникативных и гаубитальных практик. Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники Вопросы для самостоятельной работы: изучить основные положения аутопойетической и структурно пространственной теорий коммуникации, какие из них вам кажутся наиболее перспективными для анализа современной коммуникативной реальности?</p>	<p>Выступление с докладами, обсуждение презентаций. Дискуссия</p>
<p>4.Определение коммуникации.</p>	<p>Тема 4. Определение коммуникации. Семинарское занятие 1 (2 часа). Тема: Формы проявления коммуникативных парадигм Содержание занятий: Уяснение характера и форм проявления коммуникативных парадигм в реальной</p>	<p>Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами,</p>

	<p>действительности. Приведение примеров для различных коммуникативных парадигм: риторической, семиотической, феноменологической, кибернетической из реальной жизни.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.2., 8.3</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Объясните сущность риторической, семиотической, феноменологической, кибернетической коммуникативных парадигм. 2. Какие из указанных парадигм вы считаете более обоснованными и почему? <p>Семинарское занятие 2 (2 часа)</p> <p>Тема: Коммуникативные парадигмы в реальной жизни</p> <p>Содержание занятия: Уяснение характера и форм проявления коммуникативных парадигм в реальной действительности.</p> <p>Приведение примеров для различных коммуникативных парадигм: социо-психологической, социокультурной, критической из реальной жизни.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Объясните сущность социо-психологической, социокультурной, критической коммуникативных парадигм. 2. Какие из указанных парадигм вы считаете более обоснованными и почему? 	<p>обсуждение презентаций.</p> <p>Опрос.</p> <p>Дискуссия</p>
<p>5. Модели коммуникаций.</p>	<p>Тема 5. Модели коммуникаций.</p> <p>Семинарское занятие 1 (2 часа).</p> <p>Тема: Модели коммуникаций</p> <p>Содержание занятия: Изучение моделей коммуникаций. Анализ содержательных характеристик риторической модели Аристотеля, кибернетической модели Шеннона-Уивера, линейной модели Г. Лассуэлла, функциональной модели Р.О. Якобсона, диалогической модели М.М. Бахтина, модели коммуникации «Я-Я» Ю. Лотмана.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.4</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите модели коммуникаций и проанализируйте их. <p>Семинарское занятие 2 (2 часа).</p> <p>Тема: Сравнительные характеристики коммуникативных моделей</p> <p>Содержание занятий: Изучение воплощения моделей коммуникаций в современных социальных практиках. Раскрытие особенностей функционирования различных коммуникативных моделей на конкретных примерах. Сравнение различных коммуникативных моделей и выявление их эффективности.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p>	<p>Решение кейсов</p>

	<p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <p>1. Чем отличаются общетеоретические модели от прикладных моделей коммуникаций?</p>	
<p>6.Коммуникации в современном обществе.</p>	<p>Тема 6. Коммуникации в современном обществе. Семинарское занятие 1 (2 часа).</p> <p>Тема: Структура и функции коммуникаций</p> <p>Содержание занятий: Определение структуры и функций коммуникаций. Анализ понятие коммуникации, выявление общего и особенного в социальных связях и социальных взаимодействиях, определение структуры и основных функций коммуникации.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1., 8.2., 8.4</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: проанализировать учебники по дисциплине «Теория коммуникаций» по схеме (письменно).</p> <p>Семинарское занятие 2 (2 часа).</p> <p>Тема: Теории массовой коммуникации</p> <p>Содержание занятий: Анализ практического применения теорий массовой коммуникации. Показ примеров применения в политической жизни общества теорий массовой коммуникации: «волшебной пули», стереотипов, социального научения, культивирования, социализации, использования и удовлетворения, навязывания повестки дня, когнитивной, конструктивистской, спирали молчания, заговора.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: проанализируйте теории массовой коммуникации, какие из них представляются наиболее приложимыми к современному этапу развития коммуникаций?</p>	<p>Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия. Контроль усвоения знаний по теме - терминологический диктант.</p>
<p>7.Общественное мнение в контексте коммуникаций.</p>	<p>Тема 7. Общественное мнение в контексте коммуникаций. Семинарское занятие 1 (2 часа).</p> <p>Тема: Имидж в массовых коммуникациях</p> <p>Содержание занятия: Строительство имиджа в массовых коммуникациях. Применение технологий вербализации, текстуализации, визуализации, символизации, фетишизации, виртуализации для создания конкретного образа в политике.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <p>1. Какую роль играет имидж в современных социально-политических процессах?</p> <p>2. Охарактеризуйте общее и особенное коммуникативного образа и имиджа.</p> <p>Семинарское занятие 2 (2 часа).</p> <p>Тема: Методика выявления общественных групп</p> <p>Содержание занятий: Особенности репрезентации общественного мнения в социальных сетях. Выявление</p>	<p>Выступление с докладами, обсуждение презентаций. Дискуссия</p>

	<p>характеристик аудитории и общественной группы. Внешние и внутренние общественные группы. Методика выявления общественных групп. Основные признаки приоритетных общественных групп (наименование, демографический и психографический признаки). Система VALS 2 (values, approaches, lifestyle) – «ценности, подходы, образ жизни» и принцип RACE (research, analysis, communication, evaluation).</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какую роль играют социальные сети в государственных и общественных структурах? 2. Каким образом с помощью инструментария связей с общественностью происходит влияние на общественное мнение в социальных сетях? 	
<p>8. Дискурсивные практики коммуникаций.</p>	<p>Тема 8. Дискурсивные практики коммуникации. Семинарские занятия 1-2(4 часа).</p> <p>Тема: Политический дискурс в современном медиапространстве</p> <p>Содержание занятия: Особенности политического дискурса в современном медиапространстве. Анализ информационных поводов во внутренней и внешней политике РФ, выявление специфики репрезентации дискурса международной политики.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какое значение имеют дискурсивные практики в политике? 2. Что представляют эпистемы международной политики? <p>Семинарские занятия 3-4 (4 часа).</p> <p>Тема: Дискурсивные практики</p> <p>Содержание занятия: Конструирование дискурсивных практик.</p> <p>Производство дискурса с помощью процессов денотации, манифестации, сигнификации и создания специального события. Подбор модератора и его подготовка. Определение экспертов. Интервьюирование участников круглого стола, выдвижение тезисов.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем состоит алгоритм создания дискурса? 2. Раскройте технологию инициирования специального события. 	<p>Выступление с докладами, обсуждение презентаций. Дискуссия.</p>

<p>9.Текстовая деятельность в коммуникациях.</p>	<p>Тема 9. Текстовая деятельность в коммуникациях. Семинарские занятия 1-2 (4 часа). Тема: Воздействие текстов на массовую аудиторию Содержание занятия: Изучение воздействия политических текстов на массовую аудиторию. Анализ различных типов текстовых сообщений во внутренней и внешней политике РФ, выявление специфики текстов международной политики. Вопросы для самостоятельной работы: 1. Раскройте специфику различных типов PR-документов в политических практиках современности. Семинарские занятия 3-4 (4 часа). Тема: Пресс-релиз Содержание занятия: Написание пресс-релиза. Назначение темы, уяснение информационного повода, выявление жанровой принадлежности, разработка структуры. Создание заголовка, разработка лид-абзаца, использование цитирования и оформление выводов. Создание проекта деловой игры и описание последовательности действий. Выделение ролей и определение необходимого количества игроков. Выполнение заданий участниками. Изучение состояния исследуемого вопроса и сути проблемы. Оценка результатов всей игровой деятельности. Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники Вопросы для самостоятельной работы: 1. В чем состоит специфика технологии производства пресс-релиза в российских медиа?</p>	<p>Выступление с докладами, обсуждение презентаций. Дискуссия.</p>
<p>10.Мифология в системе коммуникаций.</p>	<p>Тема 10. Мифология в системе коммуникаций. Семинарское занятие 1 (2 часа). Тема: Мифологические коммуникации в современном медиа-пространстве Содержание занятия: Мифологические коммуникации в современном медиа-пространстве. Анализ мифологических архетипов в рекламе и политических коммуникациях. Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники Вопросы для самостоятельной работы: в чем состоит специфика мифологического влияния на массовую коммуникацию? Семинарские занятия 2-3 (4 часа) Тема: Конструирование мифологической коммуникации Содержание занятий: Конструирование мифологической коммуникации. Поиск мифологических сюжетов, которые могли бы быть использованы для политической деятельности. Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники Вопросы для самостоятельной работы: какие мифологические архетипы и почему имеют наибольшее</p>	<p>Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия.</p>

	значение при репрезентации мифологической коммуникации?	
11.Масс-медиа как средства организации коммуникаций.	<p>Тема 11. Масс-медиа как средства организации коммуникаций.</p> <p>Семинарские занятия 1-2 (4 часа)</p> <p>Тема: Деловая игра «Суд» над масс-медиа</p> <p>Содержание занятия: «Суд» над масс-медиа.Создание проекта деловой игры и описание последовательности действий. Выделение ролей и определение необходимого количества игроков. Выполнение заданий участниками. Изучение состояния исследуемого вопроса и сути проблемы. Оценка результатов всей игровой деятельности.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: проанализируйте положительные и отрицательные характеристики влияния масс-медиа на общественное сознание.</p> <p>Семинарские занятия 3-4 (4 часа).</p> <p>Тема: Теория медиа М. Маклюэна</p> <p>Содержание занятия: Уяснение механизма влияния медиа на массовую аудиторию в теории медиа М. Маклюэна. Коллоквиум на раскрытие и презентацию перед аудиторией следующих тем:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Личность и жизненный путь М. Маклюэна. 2. Книга М. Маклюэна «Галактика Гутенберга». 3. Концепции истории развития общества: медийная (Маклюэн), формационная (Маркс, Энгельс), культурологическая (Данилевский, Шпенглер), цивилизационная (Тойнби). 4. Книга Маклюэна «Понимание медиа». 5. Концепция горячих и холодных СМИ Маклюэна. 6. Идеи расширения органов человека с помощью СМИ и «глобальной деревни». 7. Книга М. Кастельса «Галактика интернет» и идеи Маклюэна. 8. Значение творчества Маклюэна для анализа современных медиа. <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем состоит взаимосвязь между активным развитием масс-медиа с формированием массовой культуры? 2. В чем заключается роль масс-медиа в современной политике? <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p>	<p>Деловая игра</p> <p>Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия.</p>
12.Современные информационно-коммуникативные технологии.	<p>Тема 12. Современные информационно-коммуникативные технологии.</p> <p>Семинарское занятие 1(2 часа).</p> <p>Тема: Применение информационно-коммуникативных технологий в современных социально-политических</p>	<p>Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами,</p>

	<p>практиках</p> <p>Содержание занятия: Применение информационно-коммуникативных технологий в современных социально-политических практиках. Анализ эффективности применения информационно-коммуникативных технологий (пропаганды, маркетинга, рекламы, брендинга, информационной войны) в одной из социальных сфер общества.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что представляет собой политический имидж как объект управления ИКТ. 2. В чем состоят возможности и ограничения применения ИКТ в политике? <p>Семинарское занятие 2 (2 часа).</p> <p>Тема: Обсуждение PR-кодексов</p> <p>Содержание занятия: Обсуждение PR-кодексов. Анализ общего и особенного PR-кодексов: 1. Кодекс профессиональных стандартов в практике паблик рилейшнз (PRSA) 1950. 2. Кодекс профессионального поведения и этики PR (IPRA) 1961. 3. Кодекс профессионального поведения британского Института PR (IPR) 1963. 4. Афинский кодекс PR (IPRA) 1968. 5. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR (CEPR) 1978. 6. Профессиональная хартия Международного комитета ассоциаций PR-консультантов (ICO) 1991. 7. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО) 2001.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: изучить различные PR-кодексы международного, регионального и внутристранового уровня, составить мнение об образе специалиста в сфере связей с общественностью.</p> <p>Семинарское занятие 3 (2 часа).</p> <p>Тема: Роль ИКТ в экономике, политике и социальной жизни</p> <p>Содержание занятия: Выявление роли и места информационно-коммуникативных технологий в деятельности экономических и социально-политических институтов. Уяснение процессов оптимизации внутренних и внешних связей в экономическом и социально-политическом институте. Имидж как объект управления ИКТ. Возможности и ограничения применения ИКТ в экономике, политике и социальной жизни.</p> <p>Формы проведения: Обсуждение теоретических вопросов, выступление с докладами, обсуждение презентаций. Опрос. Дискуссия.</p> <p>В интерактивной форме 88%</p>	<p>обсуждение презентаций.</p> <p>Опрос.</p> <p>Дискуссия</p> <p>Подбор модератора и его подготовка.</p> <p>Определение экспертов.</p> <p>Интервьюирование участников круглого стола, выдвижение тезисов для обсуждения.</p> <p>Выступление с докладами, проведение их обсуждения.</p> <p>Обсуждение рефератов</p>
--	--	--

	<p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: уяснить специфику репрезентации внутрикорпоративных коммуникационных технологий: телемостов, интранета, корпоративных блогов и др.</p> <p>Семинарское занятие (2 часа).</p> <p>Тема: Формы и методы информационно-коммуникативных технологий</p> <p>Содержание занятия: Презентация рефератов (творческих заданий) по курсу теория и практика массовых коммуникаций. Информационно-коммуникативные технологии в различных сферах общества (политической, экономической, социальной и духовной). Анализ форм и методов информационно-коммуникативных технологий. Оценка эффективности и возможностей в интересах управления.</p> <p>Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники</p> <p>Вопросы для самостоятельной работы: уяснить специфику проявления информационно-коммуникативных технологий в различных сферах социально-политической деятельности, быть в готовности ответить на вопросы слушателей.</p>	
--	--	--

6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы, обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное усвоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Основы теории коммуникации как учебная дисциплина.	<p>1. Что представляет собой коммуникация?</p> <p>2. Характеристика коммуникаций: политические, экономические, социальные, технологические и правовые аспекты.</p> <p>3. Изучить этапы эволюции коммуникаций, определить ключевые положения изменений и составить сравнительную таблицу: Этап развития, модель коммуникации, характеристики коммуникативной деятельности, основной тезис, представители</p>	<p>Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.</p>

2. Общество как пространство коммуникаций	<p>1. Обсуждение фильмов о коммуникации «Хвост виляет собакой», «Дьявол носит PRADO», «Шоу Трумана», «Симона», «Семейка Джонсов», «День радио», «Generation П». Подбор модератора и его подготовка. Определение экспертов.</p> <p>2. Изучить представленную литературу, выявить коммуникативные аспекты. Эко У. «Имя Розы», Минаев С. «Media Sapiens», Замятин Е. «Мы», Оруэлл Дж. «1984», Брэдбери Р. «451о по Фаренгейту», Хаксли О. «О дивный новый мир», Тоффлер Э. «Футурошок», Гаттака, «Бойцовский клуб».</p>	<p>Просмотр рекомендованных фильмов и чтение рекомендованных книг</p>
3. Концептуальный базис коммуникаций.	<p>1. Изучить содержание постмодернистских концептов, какие из них вам кажутся наиболее перспективными для анализа современной коммуникативной реальности?</p> <p>2. Изучить основные положения аутопойетической и структурно пространственной теорий коммуникации, какие из них вам кажутся наиболее перспективными для анализа современной коммуникативной реальности?</p>	<p>Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.</p>
4. Определение коммуникации.	<p>1. Объясните сущность риторической, семиотической, феноменологической, кибернетической коммуникативных парадигм.</p> <p>2. Какие из указанных парадигм вы считаете более обоснованными и почему?</p> <p>3. Объясните сущность социо-психологической, социокультурной, критической коммуникативных парадигм.</p> <p>4. Какие из указанных парадигм вы считаете более обоснованными и почему?</p>	<p>Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.</p>
5. Модели коммуникаций.	<p>1. Чем отличаются общетеоретические модели от прикладных моделей коммуникаций?</p>	<p>Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.</p>

		Подготовка к написанию реферата.
6. Коммуникации в современном обществе.	1. Проанализировать учебники по дисциплине «Теория коммуникаций» по схеме (письменно). 2. Проанализируйте теории массовой коммуникации, какие из них представляются наиболее приложимыми к современному этапу развития коммуникаций?	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.
7. Общественное мнение в контексте коммуникаций.	1. Какую роль играет имидж в современных социально-политических процессах? 2. Охарактеризуйте общее и особенное коммуникативного образа и имиджа. 3. Какую роль играют социальные сети в государственных и общественных структурах? 4. Каким образом с помощью инструментария связей с общественностью происходит влияние на общественное мнение в социальных сетях?	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.
8. Дискурсивные практики коммуникаций.	1. Какое значение имеют дискурсивные практики в политике? 2. Что представляют эпистемы международной политики? 3. В чем состоит алгоритм создания дискурса? 4. Раскройте технологию инициирования специального события.	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.
9. Текстовая деятельность в коммуникациях.	1. В чем состоит специфика технологии производства пресс-релиза в российских медиа?	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.
10. Мифология в системе коммуникаций.	1. В чем состоит специфика мифологического влияния на массовую коммуникацию? 2. Какие мифологические архетипы и почему имеют наибольшее значение при репрезентации мифологической коммуникации?	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.

11. Масс-медиа как средства организации коммуникаций.	1. Проанализируйте положительные и отрицательные характеристики влияния масс-медиа на общественное сознание. 2. В чем состоит взаимосвязь между активным развитием масс-медиа с формированием массовой культуры? 3. В чем заключается роль масс-медиа в современной политике?	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.
12. Современные информационно-коммуникативные технологии.	1. Уяснить специфику репрезентации внутрикорпоративных коммуникационных технологий: телемостов, интранета, корпоративных блогов и др. 2. Уяснить специфику проявления информационно-коммуникативных технологий в различных сферах социально-политической деятельности, быть в готовности ответить на вопросы слушателей.	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерная тематика рефератов

1. Манипуляция индивидуальным сознанием («промывание мозгов») в массовых коммуникациях.
2. Конструирование «общества зрелища» (или «общества знаний» или «общества риска») в контексте массовых коммуникаций.
3. Информационная война в ТПМК.
4. Возможности масс-медиа в конструировании массовых коммуникаций.
5. Коммуникативные особенности культового контроля сознания.
6. Симулятивные коммуникации и симулякры в общественном сознании.
7. Пропаганда (разные виды) как средство массовых коммуникаций.
8. Новые информационные технологии Veb 2.0 в массовых коммуникациях.
9. Использование постмодернистского подхода для коммуникативного анализа конкретного (политического, экономического, социального, духовного и т.д.) процесса или явления.
11. Информационно-коммуникативные технологии в подготовке и проведении государственного переворота (на примере Египта, Ливии, Сирии или Украины).
12. Возможности использования слухов в массовых коммуникациях.
13. Особенности освещения глобальными СМК международных конфликтов (на конкретном примере).

14. Последствия влияния масс-медиа на человека, социальную группу, социальную общность, социальную организацию.
15. История развития средств массовых коммуникаций.
16. Возможности и ограничения PR как средства массовых коммуникаций.
17. «Черный PR» как деструктивная технология ТПМК.
18. Особенности конструирования (или разрушения) образа (имиджа) политика (общественной организации) средствами массовых коммуникаций.
19. Анализ деятельности субъектов массовых коммуникаций на конкретном примере из политической жизни.
20. Исследование конкретного литературного произведения или фильма (по выбору) в целях выявления использованных информационно-коммуникативных стратегий, моделей и технологий (например, «1984» или «О новый дивный мир» или «Хвост виляет собакой» и т.п.).
21. Основные направления преодоления негативных информационных технологий в массовых коммуникациях.
22. Современный терроризм в системе массовых коммуникаций.
23. Анализ конкретного социального явления, раскрытие используемой в нем модели коммуникации и особенности ее функционирования.
24. НЛП в системе массовых коммуникаций: возможности и ограничения использования.
25. Духовные ценности и традиции как объект влияния массовых коммуникаций.
26. Конструирование идеологии в системе массовых коммуникаций.
27. Технология создания «специальных событий» в массовых коммуникациях (на конкретных политических примерах).
28. «Болонский процесс» как технология массовых коммуникаций.
29. Общественное мнение как объект влияния в массовых коммуникациях.
30. Возможности и ограничения использования «старых» СМИ (фотографии, радио, кино) в современных массовых коммуникациях.
31. Создание и репрезентация политического дискурса в системе массовых коммуникаций (на конкретном примере).
32. Вестернизация как явление сферы массовых коммуникаций (на лингвистическом, культурном или политическом примере).
33. Мировоззрение личности в системе массовых коммуникаций.
34. Гламур и глянец как технологии массовых коммуникаций.
35. Манипуляция массовым сознанием в ТПМК.
36. Жанры литературного творчества (фантастика, хоррор, триллер, фэнтези, мистика и т.д.) в системе массовых коммуникаций.
37. Особенности информационно-коммуникативного влияния виртуальных игр на сознание индивида.
38. Особенности массовых коммуникаций с использованием социально-политической мифологии.
39. Текстовая деятельность в интересах массовых коммуникаций.
40. Возможности юмора (сатира, карикатура, анекдот, пародия, шарж, комедия) в системе массовых коммуникаций.

Примерная тематика домашних творческих заданий

- **«Мой канал на Яндекс-дзен».** Создание и описание собственного канала на платформе Яндекс-дзен
- **«Телесериал».** Разработка концепции и создание синопсиса телесериала (группа делится на подгруппы, каждая подгруппу предлагает свою концепцию сериала, после выбора победившей концепции каждый студент по очереди пишет синопсис одной серии, так, чтобы следующая серия продолжала предыдущую) Обоснование темы синопсиса.
- **«Ребрендинг».** Разработка концепции ребрендинга известных торговых марок (каждый студент выбирает для себя любую известную компанию и предлагает свою версию слогана, логотипа, свой сценарий видеоролика, свой сценарий мероприятия). Обоснование.
- **«Медиаменеджмент»** Группа делится на подгруппы, каждая из которых разрабатывает концепцию и штат будущего специализированного он-лайн издания. В каждой группе есть главный редактор, редакторы отделов, директор, служба рекламы, веб-дизайнер и т.д. Задача – всем вместе создать проект издания. Обоснование.
- **«Мифология рекламы»** Задача каждого студента – разработать рекламную кампанию для выбранного ранее бренда с использованием мифологических мотивов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ.

Основными формами текущего контроля знаний являются:

- участие в дискуссиях по проблемным темам дисциплины;
- выполнение тестовых заданий и их обсуждение.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета, экзамена.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки за работу в семестре/модуле (участие в дискуссиях и т.д.);
- оценки, полученной на зачете, экзамене.

Оценка знаний по 100-балльной шкале реализуется в соответствии с критериями балльно-рейтинговой системы Финансового университета.

Требования к результатам освоения дисциплины	Оценка или зачет	Баллы (рейтинговая оценка)
Глубокое усвоение программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (высокий уровень сформированности компетенций), логически стройное его изложение, умение связать теорию с практикой, свободное решение задач и обоснование принятого решения, выполнение текущей работы в семестре.	Отлично/ Зачтено	86-100
Твердые знания программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (продвинутый уровень		

сформированности компетенций), грамотное и по существу его изложение, допустимы не существенные неточности в ответе на вопрос, правильное применение теоретических положений при решении практических вопросов и задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>Хорошо/ Зачтено</i>	70-85
Знание только основного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (пороговый уровень сформированности компетенций), допустимы неточности в ответе на вопрос, недостаточно правильные формулировки, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>Удовлет. / Зачтено</i>	50-69
Незнание значительной части программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (не сформирован пороговый уровень компетенций), неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы экзаменационного билета, невыполнение практических заданий.	<i>Неудовлет. / Незачтено</i>	0-49

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкалы оценивания
1. Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудитории	Знать: структуру общества; особенности и тенденции их развития; Уметь: применять знания об особенностях и тенденциях развития общества	Пороговый уровень
	Знать: структуру государства как сложную систему; особенности и тенденции их развития; влияния государства на общество; Уметь: применять знания об особенностях и тенденциях развития государства при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Продвинутый уровень
	Знать: структуру общества и государства как сложных систем; особенности и тенденции их развития; влияния государства на общество, в том числе на формирование мировоззрения человека;	Высокий уровень

	Уметь: применять знания об особенностях и тенденциях развития общества и государства при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; формулировать и логично аргументировать те или иные тезисы при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом текущего законодательства и тенденций развития общества и государства	
2. Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий	Знать: основные тенденции развития общественных институтов; Уметь: выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных институтов	<i>Пороговый уровень</i>
	Знать: основные тенденции развития государственных институтов, а также специфику современных коммуникационных процессов; Уметь: выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия государственных институтов	<i>Продвинутый уровень</i>
	Знать: основные тенденции развития общественных и государственных институтов, а также специфику современных коммуникационных процессов; Уметь: выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах и (или) коммуникационных продуктах	<i>Высокий уровень</i>

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкалы оценивания
1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов, работает с культурными кодами целевых аудиторий	Знать: этапы развития отечественного культурного процесса; Уметь: использовать достижения отечественной культуры при создании медиа продуктов	<i>Пороговый уровень</i>
	Знать: этапы развития отечественного мирового процесса; Уметь: использовать достижения мировой культуры при создании медиа продуктов	<i>Продвинутый уровень</i>
	Знать: основные особенности отечественного и мирового культурного процесса; Уметь: использовать достижения отечественной и мировой культуры при создании медиа продуктов	<i>Высокий уровень</i>
2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов	Знать: этнические и конфессиональные символы при создании медиапродуктов; Уметь: использовать различные этнические и конфессиональные символы в процессе создания медиапродуктов;	<i>Пороговый уровень</i>
	Знать: территориальные символы при создании медиапродуктов; Уметь: использовать различные территориальные символы в процессе создания медиапродуктов	<i>Продвинутый уровень</i>
	Знать: этнические, конфессиональные и территориальные символы при создании медиапродуктов, Уметь: использовать различные этнические, конфессиональные символы в процессе создания медиапродуктов	<i>Высокий уровень</i>

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкалы оценивания
1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Знать: совокупность политических, экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на региональном уровне; Уметь: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов	Пороговый уровень
	Знать: совокупность политических, экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на национальном и региональном уровнях; Уметь: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Продвинутый уровень
	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; Уметь: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Высокий уровень
2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня	Знать: особенности формальных институтов экономической, политической, социальной сферы, влияющих на развитие различных медиакоммуникационных систем на региональном уровне; Уметь: моделировать индивидуальные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы;	Пороговый уровень
	Знать: особенности неформальных институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющих на развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; Уметь: моделировать коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы	Продвинутый уровень
	Знать: особенности формальных и неформальных институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющих на развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; Уметь: моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы	Высокий уровень

Этапы формирования компетенций

№ темы дисциплины	Тематика занятий	Код компетенции	Формы проведения	Конкретизация компетенций (знания, умения)
1	Основы теории коммуникации как учебная дисциплина	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых	Знать: проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли Уметь: определять

			заданий.	коммуникативную компетентность личности
2	Общество как пространство коммуникаций	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий, решение задач.	Знать: характеристику основных сфер жизнедеятельности общества Уметь: определять этапы развития информационного общества
3	Концептуальный базис коммуникаций	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий. Решение задач	Знать: характеристику общества как социального пространства Уметь: определять ключевую роль символического капитала в современном обществе
4	Определение коммуникации	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий. Решение задач	Знать: современные концепции коммуникации (системные, кибернетические, информационные, семиотические, интерпретативные, интеракционистский, критический) Уметь: определять основные коммуникативные барьеры
5	Модели коммуникаций	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий.	Знать: основные коммуникативные барьеры Уметь: определять проблемы поиска идеальной модели коммуникации
6	Коммуникации в современном обществе	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий.	Знать: основные характеристики массового сознания Уметь: определять эффективность массовой коммуникации
7	Общественное мнение в контексте коммуникаций	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий, решение задач.	Знать: эталонные группы общественного мнения Уметь: проводить сравнение вербальной и невербальной коммуникаций
8	Дискурсивные практики коммуникации	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий. Решение задач	Знать: многозначность определений дискурса Уметь: выявлять определяющее влияние дискурса на социальную жизнь.

9	Текстовая деятельность в коммуникациях	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий. Решение задач	Знать: сущность и содержание текстовой деятельности Уметь: особенности создания пресс-релиза
10	Мифология в системе коммуникаций.	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий.	Знать: механизм воздействия мифа на общество Уметь: определять принципы социального влияния современной мифологии
11	Масс-медиа как средства организации коммуникаций	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий.	Знать: этапы развития коммуникаций и эволюция масс-медиа Уметь: проводить анализ феномена медиавоздействия
12	Современные информационно-коммуникативные технологии	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-5	Опрос. Дискуссия. Выполнение тестовых заданий, решение задач.	Знать: определение информационно-коммуникативных технологий Уметь: выделять сущностные особенности связей с общественностью

Шкала оценки сформированных компетенций

Код компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	Пороговый	Продвинутый	Высокий
	Оценка		
	Зачтено/удовлетворительно	Зачтено/хорошо	Зачтено/отлично
ОПК-2	Реферат, ДТЗ	Реферат, ДТЗ	Реферат, ДТЗ
	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение практико-ориентированных заданий
ОПК-3	Реферат, ДТЗ	Реферат, ДТЗ	Реферат, ДТЗ
	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение практико-ориентированных заданий
ОПК-5	Реферат, ДТЗ	Реферат, ДТЗ	Реферат, ДТЗ
	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение практико-ориентированных заданий

7.2 Типовые контрольные задания, иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерные тестовые задания

1. Слово «коммуникация» впервые в русском языке появляется ...

- 1) **на рубеже XVII–XVIII вв.**
- 2) в начале XIX в.
- 3) в середине XIX в.

2. Аксиологическая функция коммуникации – это ...

- 1) процесс обмена информацией
- 2) **процесс обмена духовными ценностями**
- 3) процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
- 4) взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения
- 5) обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками

3. Коммуникации соответствует определение:

- 1) **это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию**
- 2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений
- 3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений
- 4) это средства доведения информации до целевой аудитории
- 5) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении)

4. Межличностной коммуникацией называют:

- 1) адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам
- 2) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между группой и отдельным человеком, группой и группой
- 3) **коммуникацию, в которой принимает участие двое людей**
- 4) коммуникацию, осуществляемую между людьми с помощью различных средств, в том числе и масс-медиа
- 5) коммуникацию, осуществляемую личностью с самой собой («размышления вслух или «про себя», «внутренний монолог»)

5. Суггестия – это ...

внушение

6. Термин «проксемика» ввел ...

- 1) Дж. Ролз
- 2) **Э. Холл**
- 3) К. Поппер
- 4) Р. Рорти

7. Коммуникатором является:

- 1) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы
- 2) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам
- 3) **лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов,**

радио - и телепередач

4) отправитель сообщения в коммуникационном процессе

8. Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:

- 1) процессы принятия решений аудитории, эмоциональный подъем, политические предпосылки
- 2) возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений
- 3) эмоциональный подъем, доминирование-подчинение, канал сообщения
- 4) целевая аудитория, канал, контекст**

9. Наиболее эффективным каналом коммуникации (из перечисленных) считается:

- 1) письмо;
- 2) разговор «лицом к лицу»;**
- 3) новости в печатных СМИ;
- 4) выступление перед большой аудиторией.

10. Аудиторией коммуникации является:

- 1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них**
- 2) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом
- 3) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями

11. Качественными характеристика источника сообщения являются:

- 1) статус, надежность, квалификация отправителя**
- 2) тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта
- 3) статус, тема сообщения, квалификация отправителя

12. Потребности и мотивы участников общения относятся к **психологическим**

13. Вербальными коммуникациями называют:

- 1) коммуникации посредством визуального текста и пластики
- 2) коммуникации посредством устного слова**
- 3) коммуникации посредством жеста и слова

14. Невербальными коммуникациями называют:

- 1) коммуникации посредством визуального текста
- 2) коммуникации посредством устного слова
- 3) коммуникации посредством жеста и слова
- 4) коммуникации посредством письменной речи
- 5) коммуникации посредством визуального и пластического текста**

15. Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»:

- 1) Ю. Лотман, Т. Тодоров
- 2) П. Вайль, А. Генис
- 3) Дж. Фiske, У. Эко
- 4) Р. Ходж, Г. Кресс**

16. Таблицу функциональных потребностей массовой коммуникации построил ...

- 1) М. Вебер
- 2) У. Шрамм**
- 3) Г. Тард

Примеры практико-ориентированных (ситуационных) заданий вопросов

Задание 1. Выберите из лент нескольких информационных агентств одно интервью и разберите его следующим образом:

Выделите новости, которые можно сформировать из опубликованного интервью.

Составьте комментарий от имени того или иного эксперта, имеющего отношение к обсуждаемым в интервью вопросам.

Задание 2. Прочитайте новости, характеризующие ту или иную общественную дискуссию (например – высказывания регулятора, членов правительства, общественных и лоббистских организаций представляющих разные точки зрения). Составьте обобщающий текст - обзор.

Задание 3. Выберите из ленты информационного агентства новость, характеризующее какое-либо событие или процесс в его развитии и попробуйте создать инфографику в одной из компьютерных программ (Adobe Fotoshop, Paint, Canva др) с использованием в качестве иллюстраций произведений классической живописи.

Задание 4. Попробуйте создать первую страницу одного из российских таблоидов в одной из компьютерных программ (Adobe Fotoshop, Paint, Canva и др.) с использованием в качестве иллюстраций произведений классической живописи.

Задание 5. Выберите музыкальное сопровождение (классическая музыка) для разрабатываемого рекламного ролика. Объясните выбор той или иной музыкальной композиции.

Задание 6. Выберите один из музыкальных клипов кого-либо из современных музыкантов. Проанализируйте текст композиции и ее взаимосвязь с видеорядом

Задание 7. Составьте и реализуйте комплексную кампанию продвижения мероприятия компании по выбранному бренду, направленному на презентацию нового бренда в стране с традиционным укладом. Объясните концепцию слогана компании, визуального ряда, звукового сопровождения, выбора каналов коммуникации.

Задание 8. Напишите текст новости, который мог бы быть интересным для местного, регионального и федерального издания.

Задание 9. Выберите одну из проблем, касающихся сразу нескольких сфер жизни общества (военные действия, эпидемия и т.п.). Изучите по возможности позицию различных ведомств по ключевым аспектам проблемы. С участием преподавателя – проведите деловую игру, в которой будут проанализированы действия государственных органов, коммерческих компаний и СМИ при поступлении различных «вводных» сообщений.

Задание 10. Выберите одну из проблем, вызвавших в прошлом широкий общественный резонанс. Проанализируйте хронометраж количество и качество

выпущенных новостей и пресс-релизов со стороны СМИ и государственных органов.

Примерные вопросы для подготовки к зачету

1. Охарактеризуйте проблемное поле теории коммуникаций.
2. Раскройте содержание коммуникативной компетентности личности и медиаграмотности.
3. Раскройте роль и место коммуникаций в современном обществе.
4. Назовите основные признаки информационного общества.
5. Постиндустриальная и синергетическая парадигма информационного общества.
6. Неомарксистская и тектурная парадигмы информационного общества.
7. Постмодернистская парадигма информационного общества.
8. Раскройте особенности постмодернистского видения общества с помощью концептов «множественность истин», «дискурс», «эпистема», «смерть Автора», «деконструкция».
9. Раскройте особенности постмодернистского видения общества с помощью концептов «ризома», «гиперреальность», «симулякр», «титтитаймент», «трайбализм».
10. Дайте характеристику роли коммуникации в теории аутопойесиса Н. Лумана.
11. Дайте характеристику роли коммуникации в теории П. Бурдьё.
12. Раскройте значение социальных ценностей как ядра общественных отношений и источника коммуникаций.
13. Охарактеризуйте риторическую и семиотическую традиции в рассмотрении коммуникации.
14. Охарактеризуйте феноменологическую и кибернетическую традиции в рассмотрении коммуникации.
15. Охарактеризуйте социо-психологическую и социокультурную традиции в рассмотрении коммуникации.
16. Охарактеризуйте критическую традицию в рассмотрении коммуникации.
17. Раскройте содержательные черты уровней и видов коммуникации.
18. Раскройте смысл основных функций коммуникации.
19. Дайте характеристику основных элементов коммуникативного процесса.
20. Назовите основные коммуникативные барьеры.
21. Линейные модели коммуникации Лассуэлла, Лазарсфельда, Шеннона-Уивера.
22. Лингво-семиотические модели коммуникаций Якобсона, Лотмана.
23. Культурные модели коммуникаций Моля, Фиске.
24. Назовите основные характеристики массового сознания.
25. Раскройте особенности эмоционального уровня массового сознания.
26. Раскройте особенности рационального уровня массового сознания.

27. Дайте определение массовой коммуникации.
28. Феномены массовой коммуникации (теория «волшебной пули», теория стереотипов, теория социального научения).
29. Феномены массовой коммуникации (теория культивирования, теория социализации, теория использования и удовлетворения).
30. Феномены массовой коммуникации (конструктивистская теория, теория навязывания повестки, когнитивная теория, теория спирали молчания).

Примерные вопросы для подготовки к экзамену

1. Раскройте роль и место коммуникаций в современном обществе.
2. В чем суть коммуникативного поворота в науке?
3. В чем заключаются объект и предмет и цели изучения теории и практики массовых коммуникаций?
4. Охарактеризуйте проблемное поле теории коммуникаций.
5. Раскройте содержание коммуникативной компетентности личности и медиаграмотности.
6. Назовите основные признаки информационного общества.
7. Постиндустриальная парадигма информационного общества.
8. Синергетическая парадигма информационного общества.
9. Неомарксистская парадигма информационного общества.
10. Постмодернистская парадигма информационного общества.
11. Тектурная парадигма информационного общества.
12. Дайте характеристику Всемирному докладу ЮНЕСКО «К обществам знания».
13. Раскройте особенности постмодернистского видения общества с помощью концептов множественности истин, дискурса, эпистемы, «Смерти Автора», деконструкции текста.
14. Раскройте особенности постмодернистского видения общества с помощью концептов ризомы, гиперреальность, симулякров, титтитаймента, трайбализма.
15. Дайте характеристику роли коммуникации в теории аутопойесиса Н. Лумана.
16. Раскройте содержание понятий социальные поля, символический капитал и габитус в теории П. Бурдьё.
17. Дайте характеристику типов социального действия.
18. Раскройте значение социальных ценностей как ядра общественных отношений.
19. Охарактеризуйте риторическую традицию в рассмотрении коммуникации.
20. Охарактеризуйте семиотическую традицию в рассмотрении коммуникации.
21. Охарактеризуйте феноменологическую традицию в рассмотрении коммуникации.
22. Охарактеризуйте кибернетическую традицию в рассмотрении коммуникации.

23. Охарактеризуйте социо-психологическую традицию в рассмотрении коммуникации.

24. Охарактеризуйте социокультурную традицию в рассмотрении коммуникации.

25. Охарактеризуйте критическую традицию в рассмотрении коммуникации.

26. Раскройте содержательные черты уровней и видов коммуникации.

27. Раскройте смысл основных функций коммуникации.

28. Дайте характеристику основных элементов коммуникативного процесса.

29. Назовите основные коммуникативные барьеры.

30. Линейные модели коммуникации Лассуэлла, Лазарсфельда, Шеннона-Уивера.

31. Лингво-семиотические модели коммуникаций Якобсона, Лотмана.

32. Культурные модели коммуникаций Моля, Фиске.

33. Модели нейролингвистического программирования Бендлера и Гриндера.

34. Назовите основные характеристики массового сознания.

35. Раскройте особенности эмоционального уровня массового сознания.

36. Раскройте особенности рационального уровня массового сознания.

37. Дайте определение массовой коммуникации.

38. Феномены массовой коммуникации (теория «волшебной пули», теория стереотипов, теория социального научения).

39. Феномены массовой коммуникации (теория культивирования, теория социализации, теория использования и удовлетворения)

40. Функции массовой коммуникации (конструктивистская теория, теория навязывания повестки, когнитивная теория, теория спирали молчания).

41. Общественное мнение в контексте воздействия социальных коммуникаций.

42. Охарактеризуйте аудитории и группы общественности.

43. Раскройте значение образа и имиджа в коммуникативной картине мира.

44. В чем состоят особенности конструирования образов в общественном мнении?

45. Охарактеризуйте определяющее влияние дискурса на социальную жизнь.

46. В чем состоит деятельность по производству дискурса?

47. Раскройте общие особенности языка дискурса массовых коммуникаций.

48. Что представляют собой языковые игры Л. Витгенштейна?

49. Изложите основания концепции новояза Дж. Оруэлла.

50. Раскройте сущность и содержание текстовой деятельности.

51. Назовите основные свойства текста.

52. Что представляет собой концепция текстовой деятельности Т.М. Дридзе?

53. Раскройте типологию и основные особенности PR-текстов.
54. В чем состоят основные требования к подготовке пресс-релиза?
55. Дайте характеристику основным подходам к мифологии.
56. Что представляют собой мифотворчество, мифодизайн и мифопрактика в современных коммуникациях?
57. Каким образом используются основные архетипы в мифодизайне.
58. Охарактеризуйте информационно-коммуникативные технологии пропаганды, информационной войны, культового контроля.
59. Охарактеризуйте информационно-коммуникативные технологии маркетинга, рекламы, брендинга.
60. Охарактеризуйте информационно-коммуникативную технологию связей с общественностью (PR).

Пример билета к зачету

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» Уральский филиал	
202_/202_ учебный год кафедра «Экономика, финансы и управление»	
Билет к зачету № 1	
для студентов _ курса	
направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью» по дисциплине: «Основы теории коммуникации»	
1. Теоретический вопрос. Раскройте особенности рационального уровня массового сознания (30 баллов).	
2. Практико-ориентированное задание. Выберите музыкальное сопровождение (классическая музыка) для разрабатываемого рекламного ролика. Объясните выбор той или иной музыкальной композиции (30 баллов).	
Подготовил _____	Н.А. Калмакова
Утверждаю: Заведующий кафедрой _____	
Т.В. Максимова «__» _____ 202_ г.	

Пример билета к экзамену

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» Уральский филиал	
202_/202_ учебный год кафедра «Экономика, финансы и управление»	
Экзаменационный билет № 1	
для студентов _ курса	
направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью» по дисциплине: «Основы теории коммуникации»	
1. Теоретический вопрос. Раскройте сущность и содержание текстовой деятельности (15 баллов).	

2. Теоретический вопрос. Охарактеризуйте информационно-коммуникативные технологии маркетинга, рекламы, брендинга (15 баллов).

3. Практико-ориентированное задание (30 баллов). Выберите одну из проблем, вызвавших в прошлом широкий общественный резонанс. Проанализируйте хронометраж количество и качество выпущенных новостей и пресс-релизов со стороны СМИ и государственных органов

Подготовил _____ Н.А. Калмакова

Утверждаю:

Заведующий кафедрой _____ Т.В. Максимова «__» _____ 202_ г.

7.3 Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

1. Приказ от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

2. Приказ от 01.12.2017 № 2132/о «О внесении изменений в Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

3. Приказ от 10.10.2018 № 1873/о «О внесении изменений в Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

4. Приказ от 13.11.2013 № 1897/о «Об утверждении Регламента подготовки и проведения экзаменов в Финуниверсите».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для усвоения дисциплины

Основная литература

1. Основы теории коммуникации; учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. – Москва; Издательство Юрайт, 2020. – 193 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/450965>

2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации; учебник для вузов / Д. П. Гавра. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва; Издательство Юрайт, 2021. – 231 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/469805>

3. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации; учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва; Издательство Юрайт, 2021. – 415 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/468561>

Дополнительная литература

4. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций; учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю.

Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва; Издательство Юрайт, 2019. – 486 с. – (Бакалавр. Академический курс). – URL: <https://urait.ru/bcode/425906>

5. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика; учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. – Москва; Издательство Юрайт, 2019. – 433 с. – (Бакалавр. Академический курс). – URL: <https://urait.ru/bcode/425851>

6. Корягина, Н. А. Самопрезентация и убеждающая коммуникация; учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина. – Москва; Издательство Юрайт, 2021. – 225 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/475283>

7. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации; учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. – Москва; Издательство Юрайт, 2020. – 370 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00331-4. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450047>

8. Деловые коммуникации; учебник для бакалавров / В. П. Ратников [и др.]; под редакцией В. П. Ратникова. – Москва; Издательство Юрайт, 2020. – 527 с. – (Бакалавр. Базовый курс). – URL: <https://urait.ru/bcode/466777>

9. Душкина, М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях; учебник для вузов / М. Р. Душкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва; Издательство Юрайт, 2021. – 228 с. – (Высшее образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/476663>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

1. ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения): <http://www.wciom.ru/>

2. Образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент: <http://www.ecsocman.edu.ru>

3. Фонд «Общественное мнение»: <http://www.fom.ru/>

4. Центр независимых социологических исследований: <http://www.indepsocres.spb.ru/>

5. Институт социально-политических исследований РАН: <http://www.ispr.ras.ru/>

6. Институт социологии РАН: <http://www.isras.rssi.ru/>

7. Социология. Статистика. Публикации. Отраслевые обзоры. <https://ezpro.fa.ru:3339/catalog/magazines/issues?ref=354a18b0-d344-11e7-a3c5-90b11c31de4c>

8. Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. <https://ezpro.fa.ru:3339/catalog/magazines/issues?ref=6a969b84-1df0-11e4-b05e-00237dd2fde2>

9. Человек и современный мир: международный научно-исследовательский журнал. <https://ezpro.fa.ru:3339/catalog/magazines/issues?ref=47f80b0f-0b53-11e9-8613-90b11c31de4c>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по подготовке докладов и самостоятельной работы

Доклад – это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме занятия.

Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

Работа студента бакалавриата над докладом с презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

Студент бакалавриата:

- в ходе работы над презентацией доклада, отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

- в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

- обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное преподавателем время, и в срок.

Докладчики и содокладчики – основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. Сложность в том, что докладчики и содокладчики должны знать и уметь очень многое:

- сообщать новую информацию
- использовать технические средства
- знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара)
- уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы
- четко выполнять установленный регламент: докладчик - 7 мин.;
- содокладчик - 5 мин.; дискуссия - 10 мин
- иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать:

- название презентации (доклада);
- сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения;

- краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- акцентирование оригинальности подхода.

Вступление должно предусматривать живую интересную форму изложения

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение - краткие выводы и практические рекомендации, излагаются ясно, четко, имеют конкретный характер.

Самостоятельная работа студента бакалавриата является важной частью в рамках данного курса. Самостоятельная работа осуществляется под руководством преподавателя и протекает в форме делового взаимодействия: студент бакалавриата получает непосредственные указания, рекомендации преподавателя об организации самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию управления через учет, контроль и коррекцию ошибочных действий. Содержание самостоятельной работы имеет двуединый характер: с одной стороны, это совокупность учебных и практических заданий, которые должен выполнить студент бакалавриата в процессе обучения - объект его деятельности, с другой стороны, это способ деятельности по выполнению соответствующего учебного теоретического или практического задания. Свое внешнее выражение содержание самостоятельной работы находит во всех организационных формах учебной внеаудиторной деятельности, в ходе самостоятельного выполнения различных заданий. Цель и планирование самостоятельной работы студента бакалавриата определяется преподавателем.

Собственно, самостоятельная работа студента бакалавриата выполняется в удобные для него часы и представляется преподавателю для проверки. Данный формат предусматривает большую самостоятельность студентов, большую индивидуализацию заданий, наличие консультационных пунктов и ряд психолого-педагогических новаций, касающихся как содержательной части заданий, так и характера консультаций и контроля.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1) СПС Консультант Плюс (соглашение от 17.01.2003 г. № 24 с последующей пролонгацией)

2) Информационно-образовательный портал Финуниверситета:

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используется.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Филиал обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенными оборудованием и техническими средствами обучения с Подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финуниверситета.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации.

Филиал обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office;
- 3) Аналитическая платформа Loginom.