

Министерство культуры Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b
Основание: УТВЕРЖДАЮ
Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

«Основы теории коммуникации»

Наименование ОПОП: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очно-заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: медиакоммуникационных технологий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 180 академ. час. / 5 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 38,7 час.

самостоятельная работа: 141,3 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение тестового задания	3,4
выступление с докладом	3
посещение занятий (лекционных и практических)	3,4
практикум	3,4
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	1
курсовая работа	2
зачет с оценкой	2

Рабочая программа дисциплины «Основы теории коммуникации» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель(и):

О.В. Павенков, доцент кафедры медиакоммуникационных технологий, канд. филос. наук

Рецензент(ы):

Т.В. Алексеева, доцент, канд. пед. наук

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры медиакоммуникационных технологий

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

И.А. Байкова

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель(и) дисциплины:

формирование теоретических представлений и навыков построения эффективных коммуникаций в рекламной и пиар деятельности.

Задачи дисциплины:

1. изучение основных теорий коммуникации, моделей коммуникации, элементов коммуникативного процесса, его структуры, функций и характеристик; основных теоретических подходов к изучению коммуникации.
2. выявление роли коммуникации в структуре человеческой цивилизации.
3. получение представления о целях, задачах и содержании коммуникационных процессов в различных видах коммуникативной профессиональной деятельности человека.
4. получение навыков построения эффективных коммуникаций в рекламной и пиар деятельности.

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

нет предшествующих дисциплин

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Авторское право в медиаиндустрии

Менеджмент в сфере кино и телевидения

Социология массовых коммуникаций

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Универсальные компетенции

УК-1 — Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-1.3 — Формулирует и аргументирует выводы на основе критического анализа и синтеза полученной информации, использует их для решения поставленных задач.

Знает: прикладные аспекты коммуникации для критического анализа и синтеза информации, использует их для решения профессиональных задач.

Умеет: формулировать и аргументировать выводы на основе анализа массовой коммуникации и использования коммуникативных технологий для решения профессиональных задач.

Владеет: навыком формирования и аргументирования выводов на основе критического анализа и синтеза полученной информации для построения эффективных коммуникаций.

УК-9 — Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

УК-9.1 — Понимает базовые принципы функционирования экономики и

экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.

УК-9.2 — Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.

Общепрофессиональные компетенции

ОПК-7 — Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

ОПК-7.2 — Производит отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

ОПК-7.1 — Осуществляет свою профессиональную деятельность, руководствуясь принципами социальной ответственности, учитывает возможные результаты и последствия своей работы.

2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 180 академ. час. / 5 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 38,7 час.

самостоятельная работа: 141,3 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	1
курсовая работа	2
зачет с оценкой	2

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	1	2	Итого
Лекции	8	8	16
Практические	8	8	16
Консультации	2	4	6
Самостоятельная работа	49,5	79	128,5
Самостоятельная работа во время сессии	4,2	8,6	12,8
Итого	71,7	107,6	179,3

2.2. Содержание учебной дисциплины

Раздел 1. Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.

Тема 1. 1. Понятие коммуникации.

Сущность коммуникации. Общие характеристики коммуникации. Коммуникационное пространство. Коммуникационные потребности человека. Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Структура коммуникативного знания.

Тема 1. 2. Особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации.

Уровни коммуникационной деятельности: межличностная, групповая, межкультурная коммуникация. Понятие межличностной коммуникации. Коммуникативная сторона

межличностного общения. Межличностное пространство. Коммуникативные стили. Массовая коммуникация и ее фундаментальные свойства. Функции массовой коммуникации. Генезис массовых коммуникаций. Современные теории массовых коммуникаций.

Тема 1. 3. Коммуникативный процесс. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.

Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Стадии коммуникативного процесса. Участники коммуникативного процесса. Понятие коммуникативного акта. Информация и социальная память. Информация в коммуникативной системе.

Тема 1. 4. Коммуникационное сообщение.

Источник сообщения. Кодирование и декодирование сообщения. Канал коммуникации. Разновидности коммуникационных каналов. Получатель сообщения. Обратная связь.

Тема 1. 5. Коммуникатор, содержание коммуникации, аудитория как составные части коммуникативной цепи.

Коммуникатор, содержание коммуникации, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Сущность составных частей коммуникативной цепи.

Фигура коммуникатора. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли. Сфера коммуникации. Личность как коммуникатор, ее место в системе социальной коммуникации.

Тема 1. 6. Факторы общения с коммуникатором.

Престижность, надежность, доверительность как факторы общения с конкретным коммуникатором.

Тема 1. 7. Понятие языка коммуникации.

Понятие языка коммуникации: объект и предмет, сущность понятия. Семиотика языка: синтактика, семантика, прагматика. Семиотика текстов. Семантика, Синтактика, прагматика, основы семиотической коммуникации.

Тема 1. 8. Основные категории теории коммуникации.

Понятийный аппарат теории коммуникации. Законы теории коммуникации.

Методы теории коммуникации. Функции теории коммуникации. Модели коммуникации.

Раздел 2. Прикладные аспекты коммуникации.

Тема 2. 1. Содержание информации.

Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной структуры. Влияние на содержание сферы производства информации и сферы ее потребления.

Тема 2. 2. Аудитория коммуникации.

Аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики.

Коммуникатор и аудитория. Механизм социального управления. Коммуникация и общественное мнение.

Тема 2. 3. Факторы и барьеры коммуникации.

Коммуникативные барьеры. Определение и классификации. Факторы и барьеры коммуникации: психологические, языковые, социальные. Барьеры коммуникации и искажение информации.

Тема 2. 4. Профессионально-ориентированная коммуникация.

Виды профессионально-ориентированной коммуникации. Коммуникации в организациях. Коммуникации в принятии решений. Международные коммуникации. Коммуникации в переговорном процессе. Маркетинговые коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Коммуникации в рекламной деятельности. Коммуникации в пропагандистской деятельности.

Тема 2. 5. Коммуникативные аспекты в рекламе и связях с общественностью.

Реклама и связи с общественностью как коммуникативные дисциплины. Области коммуникативного пространства, где действуют реклама и связи с общественностью, выполняемые ими задачи. Их специфические функции, как особого вида коммуникации.

Направления рекламных и PR-коммуникаций. Коммуникативные события как часть рекламной и PR-деятельностей.

Тема 2. 6. Анализ массовой коммуникации.

Методы анализа массовой коммуникации Контент-анализ. Пропагандистский анализ. Анализ слухов. Психологический анализ. Мотивационный анализ. Ролевой анализ.

Тема 2. 7. Коммуникативные технологии.

Понятие коммуникативных технологий. Общая модель коммуникативной технологии. Виды коммуникативных технологий. Коммуникативные профессии и их специфика.

Тема 2. 8. Современные тенденции и перспективы развития коммуникаций.

Информационно-коммуникативные процессы в современном обществе.

Роботизация коммуникации. Использование искусственного интеллекта в информационных и коммуникационных технологиях. Метавселенная как новое пространство коммуникаций. Роль роботизации и искусственного интеллекта в будущем развитии рекламных и PR-технологий.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.	9	0	0	12	0	0	21
1.1	Понятие коммуникации.	2	0	0	2	0	0	4
1.2	Особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации.	1	0	0	2	0	0	3
1.3	Коммуникативный процесс. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.	1	0	0	2	0	0	3
1.4	Коммуникационное сообщение.	2	0	0	2	0	0	4
1.5	Коммуникатор, содержание коммуникации, аудитория как составные части коммуникативной цепи.	2	0	0	0	0	0	2
1.6	Факторы общения с коммуникатором.	0	0	0	1	0	0	1
1.7	Понятие языка коммуникации.	1	0	0	1	0	0	2
1.8	Основные категории теории коммуникации.	0	0	0	2	0	0	2
2	Прикладные аспекты коммуникации.	7	0	0	4	0	0	11
2.1	Содержание информации.	1	0	0	2	0	0	3
2.2	Аудитория коммуникации.	1	0	0	0	0	0	1
2.3	Факторы и барьеры коммуникации.	1	0	0	1	0	0	2
2.4	Профессионально-ориентированная коммуникация.	1	0	0	0	0	0	1
2.5	Коммуникативные аспекты в рекламе и связях с общественностью.	1	0	0	0	0	0	1
2.6	Анализ массовой коммуникации.	1	0	0	1	0	0	2
2.7	Коммуникативные технологии.	1	0	0	0	0	0	1
2.8	Современные тенденции и перспективы развития коммуникаций.	0	0	0	0	0	0	0 *
	ВСЕГО	16	0	0	16	0	0	32

* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Основы теории коммуникации» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Понятие коммуникации.»	2
2	Тема: «Особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации. ».	2
3	Тема: «Коммуникативный процесс. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.»	2
4	Тема: «Коммуникационное сообщение.»	2
5	Тема: «Коммуникатор, содержание коммуникации, аудитория как составные части коммуникативной цепи.»	0
6	Тема: «Факторы общения с коммуникатором.»	1
7	Тема: «Понятие языка коммуникации.»	1
8	Тема: «Основные категории теории коммуникации.»	2
9	Тема: «Содержание информации. ».	2
10	Тема: «Аудитория коммуникации.»	0
11	Тема: «Факторы и барьеры коммуникации.»	1
12	Тема: «Профессионально-ориентированная коммуникация.»	0
13	Тема: «Коммуникативные аспекты в рекламе и связях с общественностью. ».	0
14	Тема: «Анализ массовой коммуникации.»	1
15	Тема: «Коммуникативные технологии.»	0
16	Тема: «Современные тенденции и перспективы развития коммуникаций.»	0

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Основы теории коммуникации».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выполнение тестового задания	3,4
выступление с докладом	3
посещение занятий (лекционных и практических)	3,4
практикум	3,4
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	1
зачет с оценкой	2
курсовая работа	2

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

3 семестр

Примерные темы курсовых работ:

1. Гипертекст как современная форма коммуникации.
2. Феномен языковой игры в современных коммерческих коммуникациях.
3. Способы презентации информации в рекламе (PR).
4. Графические способы презентации информации в рекламе (PR).
5. Знаковые способы презентации информации в рекламе (PR).
6. Семиотика звука в рекламном (PR) сообщении.
7. Реклама как вид семиотической коммуникации.
8. Характеристики рекламного знака.
9. Иконические, индексальные и символные знаки в рекламном (PR) пространстве.
10. Семиотические методы изучения массовых коммуникаций (на примере рекламы(PR)).
11. Национально-культурный компонент в знаковом пространстве российской рекламы.
12. Семиотика цвета в рекламе.
13. Модернизация фольклора в современной рекламе.
14. Семиотика цвета и формы в рекламе.
15. Универсалии в рекламном пространстве.
16. Особенности и эффективность коммуникации в рекламной деятельности.
17. Сравнительная характеристика вербальной и невербальной коммуникации.
18. Особенности коммуникации в различных отраслях социальной сферы.
19. Значение и особенность коммуникации в кризисных и конфликтных ситуациях.
20. Международные коммуникации: понятие, содержание функции.
21. Передовые технологии коммуникации и организация: характеристика и эффективность.
22. Телевизионные новости как коммуникация: структура, особенности, эффективность.
23. Коммуникативные системы кино и театра: сравнительная характеристика.
24. Информационный обмен в коммуникативных системах: понятие и эффективность.

Описание шкал оценивания и методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений и навыков, и характеризующие этапы формирования компетенций

85-100 отлично Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы. Материал излагается грамотно, логично, последовательно. Оформление отвечает требованиям написания курсовой работы. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, адекватно ответить на поставленные вопросы.

70-84 хорошо Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, однако умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщения и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, однако затруднялся отвечать на поставленные вопросы.

56-69 удовлетворительно Исследование не содержит элементы новизны. Студент не в полной мере владеет теоретическим материалом по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. Во время защиты студент затрудняется в представлении результатов исследования и ответах на поставленные вопросы.

0-55 неудовлетворительно Студент не владеет теоретическим материалом. Материал излагается нелогично, структура работы не выдержана. Во время защиты студент не может ответить на поставленные вопросы

Темы практикумов:

1. Развитие навыков коммуникации «Парадигмы и синтагмы».

Примеры тестовых заданий для контроля знаний:

1. Типы коммуникации классифицируются по признакам:

- а) по масштабности процесса;
- б) по критериям научности;
- в) по качеству вовлеченных СМИ;
- г) по мотивации субъектов.

2. Массовая коммуникация представляет собой:

- а) систему взаимосвязей, позволяющую получить практически;
- б) одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу;
- в) людей, независимо от места расположения, социального статуса;
- г) систему взаимосвязей, позволяющую получить ограниченный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения, социального статуса;
- д) систему взаимосвязей, позволяющую получить доступ к социально значимым сообщениям небольшому числу людей в зависимости от места расположения, социального статуса;
- е) систему взаимосвязей, не позволяющую получить доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей в зависимости от места расположения, социального статуса.

3. Внешние коммуникации – это:

- а) связи любой социальной системы с внешними социальными образованиями, которые существуют вне ее;
- б) связи выбранной социальной системы с внешними социальными образованиями, которые

существуют внутри ее;

в) связи любой социальной системы с внешними и внутренними социальными образованиями, которые существуют вне ее;

г) связи выбранной социальной системы с внешними и внутренними социальными образованиями, которые существуют вне ее.

4. Прочитайте цитату и ответьте на вопрос. «Достоинство речи – быть ясной и не быть низкой». Приведенная цитата относится к творчеству:

а) Цицерона;

б) Платона;

в) Аристотеля;

г) Плотина.

5. Прочитайте цитату и ответьте на вопрос. «Я утверждаю, что коммуницировать может только коммуникация и что только в сети таких коммуникаций производится то, что мы понимаем как действие. Это мое второе предварительное замечание затрагивает интереснейшие новые разработки в области общей теории систем или кибернетике самореферентных систем, которая раньше обозначалась общим словом "самоорганизация", а сегодня более известна под названием автопоэзис»

Приведенная цитата относится к творчеству:

а) Н.Винера;

б) К.Шеннона;

в) Н. Лумана;

г) В.Плэтта.

4 семестр:

Темы докладов:

1. Понятие коммуникации.

2. Место теории коммуникации в системе современной науки.

3. Структура коммуникативного знания.

4. Законы теории коммуникации.

5. Понятие информации.

6. Коммуникационное пространство.

7. Методы теории коммуникации.

8. Функции теории коммуникации.

9. Модель коммуникации К. Шеннона.

10. Кибернетическая модель коммуникации Н. Винера.

11. Социально-психологическая модель Т. Ньюкомба.

12. Конфликтологическая модель коммуникации У. Юри.

13. Стандартная модель речевой коммуникации.

14. Источник сообщения.

15. Кодирование и декодирование сообщения.

16. Коммуникационное сообщение. Канал коммуникации.

17. Получатель сообщения. Обратная связь.

18. Барьеры коммуникации.

19. Аксиомы коммуникации.

20. Вербальная коммуникация.

21. Невербальная коммуникация.

22. Инновационные и инерционные коммуникационные системы.

23. Изменение роли коммуникации в информационном обществе.

24. Общие характеристики коммуникации.

25. Перформансная коммуникация.

26. Мифологическая коммуникация.

27. СМИ как вид коммуникации.
28. Коммуникация в организациях.
29. Коммуникативный анализ в современных избирательных кампаниях.
30. Коммуникации в принятии решений.
31. Массовая коммуникация и ее фундаментальные свойства.
32. Модель У. Макгайра.
33. Модель Фишбейна-Айзена.
34. Теория социального влияния Г. Келмана.
35. Психологическая модель Дж. Комстока.
36. Модель «полезности и удовлетворения потребностей» И. Каца, Дж. Бламлера и М. Гуревича.
37. Трёхфакторная модель восприятия Ч. Осгуда.
38. Теория диффузии инноваций Э. Роджерса.
39. Агенты влияния и тексты влияния.
40. Антропологические революции и их информационный и виртуальный инструментарий.
41. Виртуальные революции: использование виртуальных объектов при смене власти.
42. Влияние Голливуда на социальные коммуникации.
43. Информационная война и этика.
44. Информационно-коммуникативные процессы в современном обществе.
45. Коммуникативные площадки на уровне страны или семьи как механизм управления сознанием.
46. Невидимые информационные воздействия.
47. Новые медиа как средство международных информационных интервенций.
48. Освоение виртуального мира и виртуальные коммуникации.
49. Подготовка специалистов в сфере коммуникалогии.
50. Постжурналистика в современном мире.
51. Постжурналистика: новые реалии XXI века.
52. Сериал Newsroom как пример «подталкивающего» моделирования действительности.

Темы практикумов:

1. Типичные ошибки в организации внутрикорпоративных коммуникаций.
2. Правила организации внутрикорпоративных коммуникаций.

Примеры тестовых заданий для контроля знаний:

1. Выделите из нижеперечисленных факторов те, которые являются причинами коммуникационных неудач (возможно несколько вариантов ответа):
 - а) терминологические барьеры;
 - б) погодные факторы;
 - в) стилистические барьеры;
 - г) межкультурные различия;
 - д) семантические барьеры.
2. Межличностная коммуникация- это:
 - а) процесс межличностного общения;
 - б) специализированный вид рекламы;
 - в) процесс передачи информации;
 - г) опосредованный процесс передачи информации при помощи СМИ.
3. Барьерами коммуникации могут являться:
 - а) отсутствие коммуникации;
 - б) амбициозность технического персонала;
 - в) наличие трибуны для выступления;
 - г) смена времен года.
4. Является ли межличностная коммуникация видом профессионально ориентированной

коммуникации?

- а) да;
- б) нет.

5. К количественным методам исследования массовой коммуникации относятся:

- а) анкетный опрос, интервью, контент-анализ, фокус-группа;
- б) анкетный опрос, наблюдение, контент-анализ;
- в) анкетный опрос, интервью, контент-анализ, метод grounded theory;
- г) анкетный опрос, интервью, контент-анализ, фокус-группа;
- д) анкетный опрос, интервью, контент-анализ, кейс-стади.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к зачету:

1. Стадии коммуникационного процесса.
2. Коммуникативные барьеры. Определение и классификации.
3. Модель коммуникации Г. Лассуэла.
4. Математическая модель коммуникации Р. Шеннона-Уивера.
5. Социально-психологическая модель коммуникации Т. Ньюкомба.
6. Циклическая модель коммуникации У. Шрамма и Ч. Осгуда.
7. Диффузная модель коммуникации Э. Роджерса.
8. Функциональная модель коммуникации Р.О. Якобсона.
9. Свойства и характеристики знаков. Классификация знаков.
10. Понятие и структура знака. Модель знака Г. Фреге.
11. Понятие и структура знака. Модель знака Ф. де Соссюра.
12. Понятие и структура знака. Модель знака Огдена – Ричардса.
13. Понятие и структура знака. Модель знака Ч. Пирса.
14. Семиотический подход к изучению коммуникации. История формирования и развития семиотики как научной дисциплины. Объект и предмет, основные понятия семиотики.
15. Синтактика, семантика, прагматика.
16. Семиотические модели коммуникации. Модель М.Ю.Лотмана.
17. Семиотические модели коммуникации. Модель У.Эко.
18. Понятие кода. Типология кодов.
19. Теория коммуникации в современном обществе.
20. Понятийный аппарат теории коммуникации.
21. Понятие коммуникативного акта.
22. Язык коммуникации.
23. Интерактивная модель коммуникации.
24. Модель знака Олдена-Ричардса.
25. Анализ коммуникативного акта и его виды.
26. Классификация речевых актов по Дж. Остину.
27. Функции массовой коммуникации.
28. Модели коммуникативной личности.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену:

1. Понятие коммуникации.
2. Место теории коммуникации в системе современной науки.
3. Структура коммуникативного знания.
4. Законы теории коммуникации.
5. Понятие информации.
6. Коммуникационное пространство.
7. Методы теории коммуникации.
8. Функции теории коммуникации.
9. Классификация речевых актов по Н.И.Формановской
10. Кибернетическая модель коммуникации Н.Винера.

11. Социально-психологическая модель Т.Ньюкомба.
12. Конфликтологическая модель коммуникации У.Юри.
13. Стандартная модель речевой коммуникации.
14. Источник сообщения.
15. Кодирование и декодирование сообщения.
16. Коммуникационное сообщение. Канал коммуникации.
17. Получатель сообщения. Обратная связь.
18. Барьеры коммуникации.
19. Аксиомы коммуникации.
20. Вербальная коммуникация.
21. Невербальная коммуникация.
22. Инновационные и инерционные коммуникационные системы.
23. Изменение роли коммуникации в информационном обществе.
24. Общие характеристики коммуникации.
25. Перформансная коммуникация.
26. Мифологическая коммуникация.
27. Масс-медиа как вид коммуникации.
28. Коммуникация в организациях.
29. Коммуникативный анализ в современных избирательных кампаниях.
30. Коммуникации в принятии решений.
31. Международные коммуникации.
32. Теория переговоров.
33. Объект и предмет теории коммуникации.
34. Соотношение предмета теории коммуникации с предметными областями смежных наук.
35. Основные методологические подходы в теории коммуникации.
36. Типы, уровни и виды коммуникации. Основные классификации коммуникации.
37. Определение и основные критерии информационного общества. Положительные и отрицательные последствия развития информационного общества.
38. Основные элементы коммуникационного процесса.
39. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.
40. Трансакционная модель коммуникации.

Примеры практических заданий к зачету:

1. Анализ различных аспектов коммуникации.
2. Анализ особенностей коммуникационного поведения.

Примеры практических заданий к экзамену:

1. Анализ ситуации межкультурной коммуникации.
2. Анализ содержания коммуникативной компетенции.

6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Семестр 3			
Обязательная аудиторная работа			
Практикум	10	1	10
Выступление с докладом	8	2	16
Посещение занятий (лекционных и практических)	2	12	24
Обязательная самостоятельная работа			
Выполнение тестового задания	20	1	20
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		
Семестр 4			
Обязательная аудиторная работа			
Практикум	10	2	20
Посещение занятий (лекционных и практических)	2	16	32
Обязательная самостоятельная работа			
Выполнение тестового задания	18	1	18
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.1. Литература

1. Павенков, О. В. Основы теории коммуникации : учебное пособие для бакалавров направления подготовки 42.03.02 - Журналистика и 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью. / О. В. Павенков, В. Г. Павенков, М. В. Рубцова. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2015. - 111 с. - Текст : непосредственный.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
2. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / С. В. Гуськова. - Москва : Флинта, 2013. - 78 с. : ил. - ISBN 978-5-9765-1681-6 : Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-9765-1681-6>
3. Теория коммуникации [Текст] : учебник для вузов: рекомендовано методсоветом по направлению / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. - М. : Дашков и К, 2014. - 388 с. - Библиогр.: с. 385. - ISBN 978-5-394
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
4. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс]: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Е. А. Нахимова. - Москва : Флинта, 2013. - 153 с. : ил. - ISBN 978-5-9765-1573-4
Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-9765-1573-4>

7.2. Интернет-ресурсы

1. Ассоциация коммуникативных агентств России
2. Справочно-информационный портал

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Windows

Microsoft Office

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний, умений и навыков, которыми надо будет овладеть по дисциплине, в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.