

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
Тризно Т.А.
«25 » мая 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой международного
права
Т. В. Говердовская
«01 » июля 2021 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы теории коммуникации

Составитель	Лазуткина Е.В., к. филол. н., доцент
Направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	заочная
Год приема	2021
Курс	1

Астрахань, 2021 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» является изучение теорий коммуникации, основных этапов истории развития зарубежных и отечественных теорий в области коммуникативистики, современные реалии коммуникационных процессов, в том числе в контексте новых технологических возможностей, а также факторы, влияющие на характер эффективности коммуникаций разных уровней.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- способствовать эффективному коммуницированию в различных коммуникативных пространствах;
- формировать умение применять теории и методы коммуникации для решения разнообразных исследовательских проблем;
- научиться самостоятельно проводить анализ коммуникативных и информационных процессов (феноменов) в современном обществе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к базовой части общенаучного цикла Б1.Б.20 и является базой для освоения общепрофессиональных дисциплин, успешного прохождения профессиональной практики и выполнения в дальнейшем научно-исследовательской работы.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, формируемые сопутствующими дисциплинами:

– «Социология», «Культурология»

Знания: принципы функционирования современного демократического общества, механизмы социальных процессов и отношений, основные социальные регуляторы; понимать суть процесса стратификации; знать основные характеристики социального состава населения современной России;

Умения: ориентироваться в различных аспектах реального состояния российского общества, актуальных проблемах, тенденциях развития; использовать полученные знания в своей профессиональной деятельности;

Навыки и (или) опыт деятельности: владеть общесоциологической культурой; иметь представление об основных источниках и методах получения социологической информации.

2.3. Знания, полученные в ходе изучения курса «Основы теории коммуникации», являются базой для освоения сопутствующих дисциплин «Психология массовых коммуникаций», и последующих дисциплин, «Социология массовых коммуникаций», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Основы медиапланирования», «Пресс-служба», «Технологии рекламы и связей с общественностью», «Репутационный менеджмент». Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

- а) универсальных компетенций (УК): –
- б) общепрофессиональных компетенций (ОПК): ОПК-2; ОПК-5;
- в) профессиональных компетенций (ПК): – ПКО-1

Таблица 1.
Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.1.2 знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	ОПК-2.2.1 Умеет классифицировать систему общественных и государственных институтов ОПК-2.2.2 способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	ОПК-2.3.1 – навыками анализа системы общественных и государственных институтов ОПК-2.1.2 – способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов
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 этических норм регулирования	ОПК-5.1.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.1.2 Знает как грамотно осуществить свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	ОПК-5.2.1 Умеет оценивать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.1.2 Умеет оценивать профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	ОПК-5.3.1 – навыками изучения и анализа правовых и этических норм, регулирующих развитие медиакоммуникационных систем на различных уровнях ОПК-5.3.2 – навыками оценки и прогнозирования возможных трансформаций в медиасфере с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и	ПКО-1.1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по	ПКО-1.2.1 Умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по	ПКО-1.3.1 – навыками участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

мероприятий	рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПКО-1.1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПКО-1.1.3 – правила и этапы организации внутренних коммуникаций и мероприятий в рамках своей профессиональной деятельности	рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПКО-1.2.2 – осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПКО-1.2.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	ПКО-1.3.2 – навыком планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПКО-1.3.3 – способностью организации внутренних коммуникаций и мероприятий
-------------	--	---	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»

Объем дисциплины составляет 288 часов, 8 зачетных единицы (8 з.е.): на контактную работу обучающихся с преподавателем 28 часов, из них лекционные занятия – 14 часа, практические занятия – 14 часа; на самостоятельную работу – 260 часа, из них 5 часов на итоговую форму аттестации (экзамен).

Объем раздела I составляет 144 часа, 4 зачетные единицы (4 з.е.): на контактную работу обучающихся с преподавателем 12 часов, из них лекционные занятия – 8 часов, практические занятия – 4 часов; на самостоятельную работу – 132 часа, из них 2 часа на итоговую форму аттестации (экзамен).

Объем раздела II составляет 144 часа, 4 зачетные единицы (4 з.е.): на контактную работу обучающихся с преподавателем 16 часа, из них лекционные занятия – 6 часов, практические занятия – 10 часов; на самостоятельную работу – 128 часов, из них 3 часа на итоговую форму аттестации (экзамен).

Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела, темы	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа (в часах)			Самостоят. работа		Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
	Раздел I.								
1.	Тема 1. Теория коммуникаций: основные дефиниции	1		2	2			15	Устный опрос Практическое задание

2.	Тема 2. Современные теоретические концепции коммуникаций	1		2				15	Устный опрос Практическое задание
3.	Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации	1						15	Устный опрос Практическое задание
4.	Тема 4. Межличностная коммуникация и технологии межличностных коммуникаций	1						15	Устный опрос Практическое задание
5.	Тема 5. Коммуникации в группах	1						15	Устный опрос Практическое задание
6.	Тема 6. Межкультурная коммуникация	2		2	2			15	Устный опрос Практическое задание
7.	Тема 7. Корпоративные коммуникации	2		2				15	Устный опрос Практическое задание
8.	Тема 8. Массовая коммуникация: основные дефиниции	2						13	Устный опрос Практическое задание
9.	Тема 9. Эффекты воздействия массмедиа	2						12	Устный опрос Практическое задание
	Итоговая форма аттестации							2	Экзамен
	Итого			8	4			132	144
	Раздел II.								
1.	Тема 1. Основы системно-структурных представлений о массовой коммуникации	3		2	2			14	Устный опрос Практическое задание
2.	Тема 2. Основы теории СМК в рамках технологического детерминизма	3		2	2			14	Устный опрос Практическое задание
3.	Тема 3. Основы теории СМК в рамках символического интеракционизма	3		2	2			14	Устный опрос Практическое задание
4.	Тема 4. Основы семиотики коммуникаций	3			2			14	Устный опрос Практическое задание
5.	Тема 5. Основные подходы теории массовой коммуникации в освещении социальных проблем в массмедиа	3			2			14	Устный опрос Практическое задание

6.	Тема 6. Социальные исследования теории медиа: медиаэкологии и информационного общества	3						14	Устный опрос Практическое задание
7.	Тема 7. Коммуникативные теории инноваций	3						14	Устный опрос Практическое задание
8.	Тема 8. Активный потребитель медиа	3						14	Устный опрос Практическое задание
9.	Тема 9. Теории культурного доминирования массмедиа	3						13	Устный опрос Практическое задание
	Итоговая форма аттестации							3	Экзамен
	Итого			6	10			128	144
	ИТОГО			14	14			260	288

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

[illegible]

Содержание дисциплины

Раздел I.

Тема 1. Теория коммуникаций: основные дефиниции

Информация.

Типы, виды, формы коммуникации.

Теория коммуникации в системе наук.

Элементы коммуникации.

Модели коммуникации.

Тема 2. Современные теоретические концепции коммуникаций

Виды коммуникативных теорий.

Современные концепции коммуникации: системные, кибернетические, информационные, семиотические, интерпретативные, интеракционистский, критический.

Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации

Средства коммуникации.

Виды и функции невербальных коммуникаций

Речевое общение как способ коммуникации.

Семиотика. Синтактика, семантика, прагматика.

Речевое общение как способ коммуникации.

Формы речевой коммуникации.

Устноречевая коммуникация.

Письменноречевая коммуникация.

Сравнение вербальной и невербальной коммуникаций.

Информативные возможности лица, жеста, изображения, пространственных форм, музыки, шумов, ритма, световой сигнализации.

Мимика и взгляд. Жесты.

Организация пространства и времени коммуникационного процесса.

Позы и походка. Контакт глаз.

Особенности вербальных и визуальных текстов в Интернете.

Тема 4. Межличностная коммуникация и технологии межличностных коммуникаций

Понятие межличностной коммуникации. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Чувства эмоции как коммуникативные действия.

Тема 5. Коммуникации в группах

Понятия, виды, функции коммуникации в малой группе. Структура и динамика.

Тема 6. Межкультурная коммуникация

Становление межкультурной коммуникации и ее место в системе наук о человеке.

Культурно-антропологические основы межкультурной коммуникации.

Понятия и основные теории межкультурной коммуникации.

Виды межкультурной коммуникации.

Проблема понимания в межкультурной коммуникации.

Тема 7. Корпоративные коммуникации

Коммуникация как функция управления организацией.

Особенности внутренних коммуникаций в организации.

Виды и формы коммуникаций в организации.

Особенности маркетинговых коммуникаций.
Коммуникация как функция управления организацией
Особенности внутренних коммуникаций в организации

Тема 8. Массовая коммуникация: основные дефиниции

Массовая информация: определение, типы.
Понятия «масса, публика, аудитория».
Основные условия функционирования массовых коммуникаций.
СМИиП — СМИ — СМК — массмедиа.
Свойства сообщений МК.

Тема 9. Эффекты воздействия массмедиа

Эффекты массовой коммуникации
Основные различия между планируемыми и непланируемыми эффектами массовой коммуникации.
Периодизация исследований эффектов воздействия СМК.
Типология проявлений эффектов массовой.
Концепции эффектов массовой коммуникации на уровне группы, общества.
Установление пунктов "повестки дня".
Основы концепции Э. Ноэль-Нойман "Спираль молчания".
Основы теории информационного дефицита.
Основы концепции «полезности и удовлетворения потребностей».
Теория диффузии инноваций. Теория ограниченных эффектов.

Раздел II.

Тема 1. Основы системно-структурных представлений о массовой коммуникации

Системно-структурные представления о массовой коммуникации
Основные функции массовой коммуникации в обществе.
Особенности функционального анализа.
Основы концепции П. Лазарсфельда.
Основы концепции К. Ховланда.
Социодинамическая теория А. Моля. Основы концепции М. Де Флюэра.
Общее и различия в моделях СМК, предложенных ДеФлюэром и Модем
Основы концепции Н. Лумана (Массмедиа как средство конструирования реальности).

Тема 2. Основы теории СМК в рамках технологического детерминизма

Теории СМК в рамках технологического детерминизма
Торонтская школа: Г. Иннис и М. Маклюэн.
М. Маклюэн: «Галактика Гутенберга», «Medium is a message».
М. Маклюэн: концепция «горячих» и «холодных» медиа.
М. Маклюэн: модель «глобальная деревня».
Основы концепции Э. Тоффлера.

Тема 3. Основы теории СМК в рамках символического интеракционизма

Основы символического интеракционизма.
Основы концепции Дж. Мида.
Основы концепции М. Куна.
Основы критического подхода к коммуникациям.
Исследования Франкфуртской школы.
Основы концепции М. Фуко.
Негативные тенденции в деятельности телевидения (Постман).

Основные положения теории технической воспроизводимости материалов культуры В. Беньямина
Адорно и Хоркхаймер «индустрия культуры».

Тема 4. Основы семиотики коммуникаций

Основы семиотики коммуникаций.

Структурно-знаковая модель коммуникаций Чарльза Пирса.

Реальный и виртуальный мир.

Два типа значений — денотация и коннотация.

Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера

Основы концепции Р. Барта о мифе.

Тема 5. Основные подходы теории массовой коммуникации в освещении социальных проблем в массмедиа

«Конструирование» социальных проблем в СМК.

Традиция СМК в понимании «социальной проблемы».

СМК как публичная арена и их «пропускная способность».

Основы концепции «усталость сострадать».

Сенсационность в освещении социальных проблем.

Эффективность повторения сообщений о проблеме.

Основы концепции катарсиса и медианасилие.

Тема 6. Социальные исследования теории медиа: медиаэкологии и информационного общества

Норберт Винер и кибернетика в теориях коммуникации.

Современные социологические концепции массовой коммуникации.

Информационное общество как социально-философская парадигма.

Гарольд Иннис и предрасположенность к типам коммуникации.

Технологический детерминизм Маршалла Маклюэна.

Теории информационной экономики будущего (Дэниел Белл, Элвин Тоффлер).

Конвергентные культуры Генри Дженкинса.

Теории модернизации обществ при помощи информации.

Теории сетевой демократии Зизи Папахарисси и Клэя Ширки.

Сетевая информационная экономика Мануэля Кастельса.

Теория сетевой власти Мануэля Кастельса.

Тема 7. Коммуникативные теории инноваций

Модели диффузии инноваций Эверетта Роджерса.

Сетевая модель инноваций Эверетта Роджерса.

Теория перевода в моделях инновации Мишеля

Каллона и Бруно Латура.

Теория социотехнического альянса Патриса Флиши.

Тема 8. Активный потребитель медиа

Социологические и философские теории практик: Пьер Бурдьё, Мишель де Серто, Мишель Фуко.

Использование технологий как современная концепция активного потребителя.

Исследования, использующие культурные основания для анализа социальных явлений (cultural studies), как направление изучения массовых коммуникаций.

Понятие «культура» в исследованиях, использующих культурные основания для анализа социальных

явлений (cultural studies).

Работы Ричарда Хоггарта, Раймонда Уильямса.

Модель кодирования и (или) декодирования Стюарта Холла.
Развитие модели коммуникаций Стюарта Холла в работах Дэвида Морли.
Джон Фiske и понятие «популярная культура».
Кросс-культурные исследования восприятия видеоматериалов и культурных продуктов.
Исследования медиа в этнических группах и диаспорах.

Тема 9. Теории культурного доминирования масс-медиа

Концепция культурного империализма Герберта Шиллера.
Понятие «политическая экономия массовых коммуникаций».
Доктрина свободного потока информации.
Политические дебаты «нового мирового информационно-коммуникационного порядка».
Теория культурного доминирования и ее лимиты.
Исследования концентрации массмедиа.
Модель пропаганды Эдварда Хермана и Ноама Хомского.
Концепция культурных индустрий.
Основные понятия культурных индустрий: продукт, цена, стоимость культурных продуктов.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Основные формы занятий по данной дисциплине являются лекционные и практические (семинарские) занятия.

Лекция представляет собой систематичное, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела учебной дисциплины. Слушание лекции предполагает активную мыслительную деятельность студентов, главная задача которых - понять сущность рассматриваемой темы, уловить логику рассуждений лектора; размышляя вместе с ним, оценить его аргументацию, составить собственное мнение об изучаемых проблемах и соотнести услышанное с тем, что уже изучено. При этом студент должен конспектировать (делать записи) изложенный в лекции материал. Ведение конспектов является творческим процессом и требует определенных умений и навыков. Целесообразно следовать некоторым практическим советам: формулировать мысли кратко и своими словами, записывая только самое существенное; учиться на слух отделять главное от второстепенного; оставлять в тетради поля, которые можно использовать в дальнейшем для уточняющих записей, комментариев, дополнений; постараться выработать свою собственную систему сокращений часто встречающихся слов (это дает возможность меньше писать, больше слушать и думать). Сразу после лекции полезно просмотреть записи и по свежим следам восстановить пропущенное и дописать в конспект.

Практическое (семинарское) занятие – это особая форма учебно-теоретических занятий, которая, как правило, служит дополнением к лекционному курсу. Его отличительной особенностью является активное участие самих студентов в объяснении вынесенных на рассмотрение проблем, вопросов. Преподаватель дает возможность студентам свободно высказаться по обсуждаемому вопросу и только помогает им правильно построить обсуждение. Студенты заблаговременно знакомятся с планом семинарского занятия и литературой, рекомендуемой для изучения данной темы, чтобы иметь возможность подготовиться к семинару. При подготовке к занятию необходимо: проанализировать его тему, подумать о цели и основных проблемах, вынесенных на обсуждение; внимательно прочитать конспект лекции по этой теме; изучить рекомендованную литературу, делая при этом конспект прочитанного или выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре; постараться сформулировать свое мнение по каждому вопросу и аргументировано его обосновать. Практическое (семинарское) занятие помогает студентам глубоко овладеть предметом, способствует развитию умения самостоятельно работать с учебной литературой и документами, освоению студентами методов научной работы и приобретению навыков научной

аргументации, научного мышления. Преподавателю же работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса.

Выполненные задания публикуются на информационно-образовательном онлайн-ресурсе «Цифровое обучение» АГУ («Moodle» – <http://moodle.asu.edu.ru>).

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов является одним из основных видов учебной деятельности и предполагает изучение вопросов, не вошедших в основной план занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов в вузе не менее важна, чем обязательные учебные занятия. Ее успешность во многом определяется тем, насколько умело, рационально сам учащийся сможет организовать свои индивидуальные занятия, насколько регулярными и своевременными они будут.

Задания и методические указания для различных видов самостоятельной работы разрабатываются с учетом её специфики, особенностей изучаемых тем, наличия учебной и методической литературы.

Систематическое освоение студентами необходимого учебного материала, своевременное выполнение предусмотренных учебных заданий, регулярное посещение лекционных и практических занятий позволяют подготовиться к успешному прохождению промежуточной аттестации по данной дисциплине.

В ходе самостоятельной работы студенты должны осуществлять:

- подготовку к занятиям, включая изучение лекций и литературы по теме занятия (используются конспекты лекций и источники, представленные в перечне основной и дополнительной литературы, а также электронные ресурсы);
- выполнение индивидуальных самостоятельных домашних заданий по теме прошедшего занятия;
- конспектирование материала источника;
- подготовку письменных работ: доклада-презентации (индивидуальные задания по слабо усвоенным темам), в том числе самостоятельное изучение части теоретического материала по темам, которые заявлены в теме доклада-презентации (используются источники, представленные в перечне основной и дополнительной литературы, а также электронные ресурсы).

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Номер раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
	Раздел I.			
1.	Тема 1. Теория коммуникаций: основные дефиниции	Исторические этапы в развитии коммуникаций	15	подготовка конспекта, практического задания
2.	Тема 2. Современные теоретические концепции коммуникаций	Пирамида потребностей Маслоу	15	подготовка конспекта, практического задания
3.	Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации	Особенности вербальных и визуальных текстов в Интернете	15	подготовка конспекта, практического задания
4.	Тема 4. Межличностная коммуникация и технологии	Основы теории «коммуникативного действия» Ю. Хабермаса	15	подготовка конспекта, практического

	межличностных коммуникаций			задания
5.	Тема 5. Коммуникации в группах	Массовая коммуникация и гиперреальность.	15	подготовка конспекта, практического задания
6.	Тема 6. Межкультурная коммуникация	Основы концепции Ж. Бодрийяра «Общество потребления»	15	подготовка конспекта, практического задания
7.	Тема 7. Корпоративные коммуникации	Основы концепции Ги Дебора «Общество спектакля»	15	подготовка конспекта, практического задания
8.	Тема 8. Массовая коммуникация: основные дефиниции	Дополнения Маккуэйла к традиционной теории прессы (модели медиа периода развития и демократического участия).	13	подготовка конспекта, практического задания
9.	Тема 9. Эффекты воздействия массмедиа	Модель зависимости эффектов массовой коммуникации	12	подготовка конспекта, практического задания
	Экзамен		2	
	Итого		132	
	Раздел II.			
1.	Тема 1. Основы системно-структурных представлений о массовой коммуникации	Массовая информация в контексте базовых прав и свобод личности Роль медиа в демократическом обществе: американская традиция анализа Характеристика основных концептуальных подходов в изучении социальной коммуникации в современной коммуникативистике. Возникновение и развитие социально-коммуникационных институтов. Изменение типа реципиента. Коммуникативные стратегии.	14	подготовка конспекта, практического задания
2.	Тема 2. Основы теории СМК в рамках технологического детерминизма	Преимущества и недостатки структурно-функционального подхода применительно к изучению массовой коммуникации Основные различия между планируемыми и непланируемыми эффектами	14	подготовка конспекта, практического задания

		массовой коммуникации.		
3.	Тема 3. Основы теории СМК в рамках символического интеракционизма	Анализ целевых аудиторий в условиях многоканальной медиасреды Коммуникация как «вовлечение другого» Концепция «индустрии культуры». Противники Франкфуртской школы (теория интеракций Дж. Томпсона). Концепция «социального научения» А. Бандуры. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса Критика Р. Рорти «Теории коммуникативного действия» Ю. Хабермаса Научное определение понятия «общественное мнение»: основные концепции (У. Липпман, Ю. Хаберманс, Н. Луман, Э. Нозль-Нойман и др.) Роль стереотипов в массовой коммуникации	14	подготовка конспекта, практического задания
4.	Тема 4. Основы семиотики коммуникаций	Естественные и искусственные языки. Основные положения работы В.Я. Проппа «Морфология сказки»	14	подготовка конспекта, практического задания
5.	Тема 5. Основные подходы теории массовой коммуникации в освещении социальных проблем в массмедиа	Концепция «реальности массмедиа» Н.Лумана. Массмедиа как трансцендентальная иллюзия реальности (Н.Луман)	14	подготовка конспекта, практического задания
6.	Тема 6. Социальные исследования теории медиа: медиаэкологии и информационного общества	Научное определение понятия «массовое сознание» Разработка современными исследователями проблемы массового сознания Основные положения исследований М. Кастельса (Сетевые структуры и формирование информационного общества) Основные положения исследований Ф. Уэбстера	14	подготовка конспекта, практического задания
7.	Тема 7.	Концепция Ж. Бодрийяра	14	подготовка

	Коммуникативные теории инноваций	«Общество потребления». Философские концепции коммуникации, экзистенциализм и персонализм. Концепция катарсиса и медианасилие		конспекта, практического задания
8.	Тема 8. Активный потребитель медиа	Основные положения теории «публичных арен» С. Хилгартена и Ч. Боска Концепция «усталость сострадать» Сенсационность в освещении социальных проблем. Концепция Н. Лумана (Массмедиа как средство конструирования реальности) Научное определение понятия «манипуляция». Основные подходы к изучению.	14	подготовка конспекта, практического задания
9.	Тема 9. Теории культурного доминирования массмедиа	Теория Дж. Мееровича М. Маклюэн: «Галактика Гутенберга». «Medium is a message» Основные положения работы Э. Фромма «Иметь или быть» Основные положения работы Маркузе «Одномерный человек». Развитие идей Торонтской школы (О. Гоулднер, Д. Меерович) Критика теорий технологического детерминизма	13	подготовка конспекта, практического задания
	Экзамен		3	
	Итого		128	
	ИТОГО		260	

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине могут использоваться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

6.1. Образовательные технологии

Совместная работа малой командой; проектная деятельность студентов, развивающая межличностные коммуникации, способность принятия решений, лидерские качества; интерактивные лекции; групповые дискуссии; ролевые и деловые игры; тренинги; анализ ситуаций и имитационных моделей; преподавание дисциплин (модулей) в форме: курсов, симуляции, технологии open space/открытое пространство, мастерская будущего, peer education/равный обучает равного; экспресс-семинары, проектные семинары; бизнес-тренинги (business training), кейс-стади (case-study), обучение действием («action learning»), метафорическая игра, педагогические игровые упражнения (в качестве коллективного задания), мозговой штурм (эстафета), ситуационные методы, тематические дискуссии, игровое проектирование, групповой тренинг, групповая консультация и др.).

Учебные занятия по дисциплине могут проводиться с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) интерактивном взаимодействии обучающихся и преподавателя в режимах онлайн или офлайн в формах: видеолекций, лекций-презентаций, видеоконференции, собеседования в режиме чат, форума, чата, выполнения виртуальных практических и/или лабораторных работ и др.

6.2. Информационные технологии

Информационные технологии, используемые при реализации различных видов учебной и внеучебной работы:

- использование возможностей Интернета (в том числе – электронной почты преподавателя) в учебном процессе (рассылка заданий, предоставление выполненных работ на проверку, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.);
- использование электронных учебников и различных информационных сайтов (электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, электронных тренажеров, презентаций и т.д.);
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети: веб-конференции, вебинары, форумы, учебно-методические материалы и др.);
- использование интегрированной виртуальной обучающей среды LMS Moodle (ресурс «Цифровое обучение АГУ») и иные информационные системы, сервисы и мессенджеры.

6.3. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Лицензионное программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор

Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Far Manager	Файловый менеджер
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
VLC Player	Медиапроигрыватель
Microsoft Visual Studio	Среда разработки
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда

Информационно-справочные системы

- Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» – <https://library.asu.edu.ru>
- [Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС»](http://dlib.eastview.com) – <http://dlib.eastview.com>
- Электронный каталог «Научные журналы АГУ» – <http://journal.asu.edu.ru>
- Справочная правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Основы теории коммуникаций» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 5. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Номер раздела (темы)	Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
	Раздел I.		
1.	Тема 1. Теория коммуникаций: основные дефиниции	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
2.	Тема 2. Современные теоретические концепции коммуникаций	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
3.	Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
4.	Тема 4. Межличностная коммуникация и технологии межличностных коммуникаций	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание Контрольная работа
5.	Тема 5. Коммуникации в группах	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание

6.	Тема 6. Межкультурная коммуникация	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
7.	Тема 7. Корпоративные коммуникации	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
8.	Тема 8. Массовая коммуникация: основные дефиниции	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
9.	Тема 9. Эффекты воздействия массмедиа	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
Раздел II.			
1.	Тема 1. Основы системно-структурных представлений о массовой коммуникации	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
2.	Тема 2. Основы теории СМК в рамках технологического детерминизма	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
3.	Тема 3. Основы теории СМК в рамках символического интеракционизма	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
4.	Тема 4. Основы семиотики коммуникаций	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
5.	Тема 5. Основные подходы теории массовой коммуникации в освещении социальных проблем в массмедиа	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание Контрольная работа
6.	Тема 6. Социальные исследования теории медиа: медиаэкологии и информационного общества	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
7.	Тема 7. Коммуникативные теории инноваций	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
8.	Тема 8. Активный потребитель медиа	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание
9.	Тема 9. Теории культурного доминирования массмедиа	ОПК-2, ОПК-5, ПКО-1	Устный опрос Практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 6.
Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя

3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 7.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Раздел I.

Тема 1. Теория коммуникаций: основные дефиниции

Вопросы к устному опросу

Информация.

Типы, виды, формы коммуникации.

Теория коммуникации в системе наук.

Элементы коммуникации.

Модели коммуникации.

Практическое задание

Презентация по теме

Тема 2. Современные теоретические концепции коммуникаций

Вопросы к устному опросу

Виды коммуникативных теорий.

Современные концепции коммуникации: системные, кибернетические, информационные, семиотические, интерпретативные, интеракционистский, критический.

Практическое задание

Презентация по теме

Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникации

Вопросы к устному опросу

Средства коммуникации.

Виды и функции невербальных коммуникаций

Речевое общение как способ коммуникации.

Семиотика. Синтактика, семантика, прагматика.

Речевое общение как способ коммуникации.

Формы речевой коммуникации.

Устноречевая коммуникация.

Письменноречевая коммуникация.

Сравнение вербальной и невербальной коммуникаций.

Информативные возможности лица, жеста, изображения, пространственных форм, музыки, шумов, ритма, световой сигнализации.

Мимика и взгляд. Жесты.

Организация пространства и времени коммуникационного процесса.

Позы и походка. Контакт глаз.

Особенности вербальных и визуальных текстов в Интернете.

Практическое задание

Презентация по теме

Тема 4. Межличностная коммуникация и технологии межличностных коммуникаций

Вопросы к устному опросу

Понятие межличностной коммуникации.

Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.

Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии.

Чувства эмоции как коммуникативные действия.

Практическое задание

Презентация по теме

Тема 5. Коммуникации в группах

Вопросы к устному опросу

Понятия, виды, функции коммуникации в малой группе.

Структура и динамика.

Практическое задание

Презентация по теме

Тема 6. Межкультурная коммуникация

Вопросы к устному опросу

Становление межкультурной коммуникации и ее место в системе наук о человеке.

Культурно-антропологические основы межкультурной коммуникации.

Понятия и основные теории межкультурной коммуникации.

Виды межкультурной коммуникации.

Проблема понимания в межкультурной коммуникации.

Практическое задание

Презентация по теме

Тема 7. Корпоративные коммуникации

Вопросы к устному опросу

Коммуникация как функция управления организацией.

Особенности внутренних коммуникаций в организации.

Виды и формы коммуникаций в организации.
Особенности маркетинговых коммуникаций.
Коммуникация как функция управления организацией
Особенности внутренних коммуникаций в организации
Практическое задание
Презентация по теме

Тема 8. Массовая коммуникация: основные дефиниции

Вопросы к устному опросу
Массовая информация: определение, типы.
Понятия «масса, публика, аудитория».
Основные условия функционирования массовых коммуникаций.
СМИиП — СМИ — СМК — массмедиа.
Свойства сообщений МК.
Практическое задание
Презентация по теме

Тема 9. Эффекты воздействия массмедиа

Вопросы к устному опросу
Эффекты массовой коммуникации
Основные различия между планируемыми и непланируемыми эффектами массовой коммуникации.
Периодизация исследований эффектов воздействия СМК.
Типология проявлений эффектов массовой.
Концепции эффектов массовой коммуникации на уровне группы, общества.
Установление пунктов «повестки дня».
Основы концепции Э. Ноэль-Нойман «Спираль молчания».
Основы теории информационного дефицита.
Основы концепции «полезности и удовлетворения потребностей».
Теория диффузии инноваций. Теория ограниченных эффектов.
Практическое задание
Презентация по теме

Раздел II.

Тема 1. Основы системно-структурных представлений о массовой коммуникации

Вопросы к устному опросу
Системно-структурные представления о массовой коммуникации
Основные функции массовой коммуникации в обществе.
Особенности функционального анализа.
Основы концепции П. Лазарсфельда.
Основы концепции К.Ховланда.
Социодинамическая теория А.Моля. Основы концепции М. Де Флюэра.
Общее и различия в моделях СМК, предложенных ДеФлюэром и Модем
Основы концепции Н. Лумана (Массмедиа как средство конструирования реальности).
Практическое задание
Анализ целевых групп медиапроекта. Планирование эффектов.
Построение схемы функционирования медиапроекта на основе модели многоступенчатой коммуникации

Тема 2. Основы теории СМК в рамках технологического детерминизма

Вопросы к устному опросу

Теории СМК в рамках технологического детерминизма
Торонтская школа: Г. Иннис и М. Маклюэн.
М. Маклюэн: «Галактика Гутенберга», «Medium is a message».
М. Маклюэн: концепция «горячих» и «холодных» медиа.
М. Маклюэн: модель «глобальная деревня».
Основы концепции Э.Тоффлера.

Практическое задание

Построение модели взаимодействий с лидерами мнений в социальных медиа

Тема 3. Основы теории СМК в рамках символического интеракционизма

Вопросы к устному опросу

Основы символического интеракционизма.
Основы концепции Дж. Мида.
Основы концепции М. Куна.
Основы критического подхода к коммуникациям.
Исследования Франкфуртской школы.
Основы концепции М. Фуко.
На какие негативные тенденции в деятельности телевидения обращает внимание Постман?
Согласны ли Вы с теми оценками, которые предлагает автор?
Основные положения теории технической воспроизводимости материалов культуры В. Беньямина
Адорно и Хоркхаймер «индустрия культуры».

Практическое задание

Построение схемы функционирования медиапроекта на основе модели М. Де Флюэра

Тема 4. Основы семиотики коммуникаций

Вопросы к устному опросу

Основы семиотики коммуникаций.
Структурно-знаковая модель коммуникаций Чарльза Пирса.
Реальный и виртуальный мир.
Два типа значений — денотация и коннотация.
Выборочное восприятие информации и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера
Основы концепции Р. Барта о мифе.

Практическое задание

Семиологический анализ рекламного объявления в журнале (по выбору)

Тема 5. Основные подходы теории массовой коммуникации в освещении социальных проблем в массмедиа

Вопросы к устному опросу

«Конструирование» социальных проблем в СМК.
Традиция СМК в понимании «социальной проблемы».
СМК как публичная арена и их «пропускная способность».
Основы концепции «усталость сострадать».
Сенсационность в освещении социальных проблем.
Эффективность повторения сообщений о проблеме.
Основы концепции катарсиса и медианасилие.

Практическое задание

Анализ публикаций, содержащих сенсацию/запугивание в освещении соц.проблем

Тема 6. Социальные исследования теории медиа: медиаэкологии и информационного общества

Вопросы к устному опросу

Торонтская школа изучения медиа

Информационное общество как социально-философская парадигма

Информационное общество и «новые медиа» в парадигме модернизации

Информационная экономика и сетевое общество М. Кастельса

Практическое задание

Разработка проблемы исследования в рамках психологических и микросоциологических подходов к изучению массовых коммуникаций

Тема 7. Коммуникативные теории инноваций

Вопросы к устному опросу

Модель диффузии инноваций как коммуникационный процесс

Сравнительный анализ теории диффузии инноваций с теориями ограниченных эффектов

Модель перевода

Модель социотехнического альянса

Практическое задание

Презентация по теме

Тема 8. Активный потребитель медиа

Вопросы к устному опросу

Активный индивид как новая парадигма в социологии

Медиаиспользование и cultural studies

«Культурные паттерны» и расширение фокуса исследований

Исследования взаимодействия культур

Практическое задание

Презентация по теме

Тема 9. Теории культурного доминирования массмедиа

Вопросы к устному опросу

Культурный империализм и ранние работы в области критики доминирования

Культурное доминирование и новые измерения

Массмедиа и концентрация производства культурной продукции

Культурные индустрии

Критика теорий технологического детерминизма

Бодриар о деятельности СМК в современном обществе

Культурно-идеологические последствия глобализации медиа: российский контекст

Практическое задание

Презентация по теме

Темы контрольных работ

Раздел I. Подготовьте лонгрид на тему «История медиа» (свободный выбор).

Раздел II. Подготовьте лонгрид, представив трансформацию восприятия аудиторией социально-культурного явления/объекта (в рамках теории «Окон Овертона»).

Электронная презентация изучаемого материала

Электронная презентация изучаемого материала – результат самостоятельной работы студента, представленной в виде публичного выступления, демонстрирующего уровень проделанной работы, который оценивается по ряду показателей: выбор темы, отбор материала, анализ проблемы, характеристику основных этапов изучения проблемы, формулирование итогов работы и выводов.

Рекомендации к подготовке презентаций по выбранной теме:

1. Презентации подготавливаются индивидуально.
2. Формат презентации по выбору студента (Google-презентации, PowerPoint и др.).
3. Презентация должна по своему содержанию соответствовать выбранной теме и раскрывать ее.
4. Для презентации используется информация из нескольких научных источников (не менее 3-х).
5. Используемые источники должны быть перечислены в конце презентации в последних слайдах.
6. В презентации должны быть представлены текстовые и визуальные слайды;
7. Текст слайдов не должен быть перегружен научной информацией, передавать ее смысл простым доступным языком.
8. В подтверждение текстовой информации должны быть представлены визуальные слайды информационного характера, содержащие фотографии, скриншоты, рисунки, диаграммы, схемы, поясняющие информацию.
9. Неинформативные визуальные слайды использовать не рекомендуется.
1. Не допускается представление чужих авторских презентации, опубликованных в Интернете.
10. Количество слайдов не должно быть менее 10.
11. На первом слайде указывается полное название ВУЗа, тема презентации, ФИО и № группы студента, подготовившего презентацию, ФИО преподавателя проверяющего презентацию, название кафедры, за которой закреплена эта дисциплина.

Вопросы к экзамену

Раздел I.

1. Теория коммуникации как наука.
2. Предмет теории коммуникации.
3. Методы и функции теории коммуникации.
4. Коммуникативный процесс.
5. Виды коммуникаций.
6. Вербальная коммуникация.
7. Невербальная коммуникация.
8. Межличностная коммуникация.
9. Коммуникация в малых группах.
10. Формы межкультурной коммуникации.
11. Типы восприятия межкультурных различий.
12. Основные теории массовой коммуникации.
13. Различия устной и письменной коммуникации.
14. Виды и формы коммуникаций в организации
15. Информационная концепция коммуникации.
16. Основные элементы коммуникативного процесса.
17. Структурные модели коммуникации.
18. Семиотика. Синтактика, семантика, прагматика.
19. Речевое общение как способ коммуникации.
20. Функции речи. Модели движения информации Й. Бордвик и Б. ван Каам
21. Модели коммуникационной структуры малой группы.
22. Стратегии аккультурации: ассимиляция, сепарация, сегрегация, маргинализация, интеграция.
23. Особенности внутренних коммуникаций в организации
24. Элементы коммуникации.
25. Эффекты массовой коммуникации

Раздел II.

1. Типы, виды, формы коммуникации.
2. «Конструирование» социальных проблем в СМК.
3. Виды коммуникативных теорий.
4. Концепции эффектов массовой коммуникации
5. Массовая коммуникация в условиях общества потребления
6. Массовая коммуникация и гиперреальность.
7. Международные информационные потоки и проблема глобализации.
8. Модели коммуникации.
9. Обратная связь как сущностная характеристика коммуникации. Особенности обратной связи в массовой коммуникации.
10. Основные представления о массмедиа с точки зрения теоретиков постмодерна
11. Основные условия функционирования массовых коммуникаций.
12. Основные этапы изучения массовой коммуникации
13. Основы концепции «усталость сострадать».
14. Основы концепции катарсиса и медианасилие.
15. Основы критического подхода к коммуникациям.
16. Основы семиотики коммуникаций.
17. Основы символического интеракционизма.
18. Периодизация исследований эффектов воздействия СМК.
19. Понятия «масса, публика, аудитория».
20. Системно-структурные представления о массовой коммуникации
21. Стадии и эффекты коммуникации. Кодировка и декодировка сообщения.
22. Теории СМК в рамках технологического детерминизма
23. Теория коммуникации в системе наук.
24. Типы аудиторий
25. Функция формирования СМК «повестки дня»
26. Характеристика информационного общества. Теории информационного общества: критический анализ

Преподаватель, реализующий дисциплину (модуль), в зависимости от уровня подготовленности обучающихся может использовать иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка достижений студентов строится на основе системы БАРС (Приказ ректора от 13.01.2014 г. № 08-01-01/08).

Максимальное количество баллов за работу

Раздел I.

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Теоретический материал	9/5	45	Согл. расписанию
2.	Практические задания	9/4	36	Согл. расписанию
4.	Контрольные работы	1/5	5	Согл. расписанию
	Всего		86	

Блок бонусов				
5.	Проектно-исследовательская деятельность, участие в конкурсах и олимпиадах	14	14	В теч. семестра
	Всего		14	
Итого			100	

Максимальное количество баллов за работу

Раздел II.

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Конспекты-презентации	9/5	45	Согл. расписанию
2.	Задания-работа с текстом	9/4	36	Согл. расписанию
3.	Контрольная работа	1/5	5	Согл. расписанию
	Всего		86	
Блок бонусов				
5.	Проектно-исследовательская деятельность, участие в конкурсах и олимпиадах	14	14	В теч. семестра
	Всего		14	
Итого			100	

Преподаватель, реализующий дисциплину (модуль), в зависимости от уровня подготовленности обучающихся может использовать иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) Основная литература

1. Аверин А.Н., Социальная коммуникация: учебное пособие [Электронный ресурс] / Аверин А.Н. – М.: Проспект, 2016. – 128 с. – ISBN 978–5–392–20839–5 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392208395.html>

2. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов. Доп. УМО по классич. ун–т. образованию в качестве учеб. пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 «Журналистика» и спец. 030601 «Журналистика» / Д. П. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 284, [4] с. : ил. – (Учеб. пособие. Стандарт третьего поколения). – ISBN 978–5–459–00385–7: 274–00 : 274–00. – 13 экз.

3. Кирия, И.В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – М. : Издательский дом «Высшей школы экономики», 2017. – 423 с. – (Учебники высшей школы экономики). – ISBN 978–5–7598–1188–6; 978–5–7598–1614–0: 409–20 : 409–20. – 10 экз.

4. Шарков Ф.И., Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. – М. : Дашков и К, 2014. – 324 с. – ISBN 978–5–394–00792–7 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394007927.html>

5. Чудинов А.П., Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Нахимова Е.А. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 153 с. – ISBN 978–5–9765–1573–4 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976515734.html>

б) Дополнительная литература

1. Шарков, Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации : учеб. для бакалавров рекламы и связей с общественностью (модуль дисциплин «Коммуникология»). Доп. М–вом образования РФ в качестве учеб. для студентов вузов, ... по спец. «Связи с общественностью» / Ф. И. Шарков. – 2–е изд. ; перераб. и доп. – М. : «Издательство Шаркова» : «Дашков и К», 2010. – 592 с. – (Международная академия бизнеса и управления. Ин–т современных коммуникационных систем и технологий). – ISBN 978–5–394–00299–1: 381–48 : 381–48. – 5 экз.

2. Кожемякин, Е.А. Основы теории коммуникации : Доп. УМО вузов РФ... в качестве учеб. пособия для студентов вузов, обуч. по направлению подготовки (спец.) «Реклама и связи с общественностью» / Е. А. Кожемякин. – М. : ИНФРА–М, 2014. – 189 с. – (Высшее образование. Бакалавриат). – ISBN 978–5–16–006584–7:263–00: 263–00. – 1 экз.

3. Кастельс, М. Власть коммуникации : учеб. пособ. / М. Кастельс ; пер. с англ. Н.М. Тылевич, А.А. Архиповой; Под. науч. ред. А.И. Черных. – 2–е изд. ; доп. – М. : Издательский дом «Высшей школы экономики», 2017. – 591 с. – (Переводные учебники ВШЭ). – ISBN 9780199681938; 978–5–7598–1556–3: 554–40 : 554–40. – 3 экз.

4. Гуськова С.В., Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Гуськова С.В. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 78 с. – ISBN 978–5–9765–1681–6 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976516816.html>

в) Перечень ресурсов информационно–телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине используются аудитории, оборудованные мультимедийной техникой с возможностью презентации обучающих материалов и выполненных практических заданий студентов; научная библиотека с местами, оборудованными компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, для самостоятельной работы студентов.

При необходимости рабочая программа дисциплины (модуля) может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки.