


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Декан исторического факультета



Р.М. Фролов

20 мая 2025 г.

Рабочая программа дисциплины
«Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные
коммуникации»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения
очная

Программа рассмотрена
на заседании кафедры
от «14» апреля 2025 года, протокол № 5

Программа одобрена НМК
исторического факультета
протокол № 1 от «22» апреля 2025 года

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у бакалавров комплексного представления о теории коммуникации.

Дисциплина содержит теоретические положения и обобщает отечественный опыт взаимодействия между людьми в различных социальных группах. Дисциплина обеспечивает приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, содействует формированию глубоких знаний и развитию теоретического мышления и начальных практических навыков в сфере рекламы и связи с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» относится к обязательной части и является одной из ключевых в подготовке специалиста направления «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Основы теории коммуникации» базируется на школьных знаниях и знаниях, полученных на 1-ом курсе, и преподается на 2-ом курсе. Она является предшествующей для многих дисциплин, связанных с деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью, которые в дальнейшем будут изучаться студентами ВУЗа. Знания и навыки, полученные при изучении специфики сферы коммуникации, используются обучающимися при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин, в частности, основ маркетинга и менеджмента, брендинга, копирайтинга, теории и практики рекламы и связей с общественностью. Теоретические знания по данной дисциплине должны активно использоваться бакалаврами при написании курсовой работы на 3-ем курсе и выпускных квалификационных работ.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Общепрофессиональные 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	ИД-ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знать: - особенности планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

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	ИД-ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Уметь: - применять полученные теоретические знания в профессиональной области
	ИД-ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Владеть: - навыками проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - приёмами экономического анализа и исследования; - навыками самостоятельного анализа и обобщения затронутых проблем.

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единицы, 252 акад. часов.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа						
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа	
1	Теория коммуникации в системе наук	III	5	6		1		16	
2	Этапы развития теории коммуникации. Коммуникационные концепции.	III	5	6		1		16	
3	Коммуникационный процесс: составляющие	III	3	6		1		17	Контрольная работа № 1

	формы, виды коммуникации								
4	Информационный обмен в коммуникации: производство, распространение, прием, использование информации.	III	3	8		1		17	Доклады / рефераты
5	Процесс и структура коммуникации: факторы доступности, эффективность восприятия информации	III	2	10		1		17	
							0,3	1,7	Зачет
	Всего за III семестр		18	36		5	0,3	84,7	144
6	Содержание, средства языка коммуникации. Семиотика языка.	IV	5	6		1		3	
7	Теория речевых актов. Принцип кооперации и вежливости.	IV	5	6		1		3	
8	Уровни коммуникации	IV	3	6		1		3	
9	Коммуникация в малых группах. Массовая коммуникация.	IV	2	8		1		3	Контрольная работа № 2
10	Профессионально ориентированные коммуникации. Деловая коммуникация.	IV	2	8		2		3	
						2	0,5	33,5	Экзамен
	Всего за IV семестр		17	34		8	0,5	48,5	108

Содержание дисциплины «Основы теории коммуникации»

1. Теория коммуникации в системе наук.

Предмет курса «Основы теории коммуникации». Цели и задачи курса. Структура курса. Теоретическая и эмпирическая база. Система понятий и терминов. Методологические аспекты курса. Понятие коммуникации. Коммуникация как информация, деятельность, общение. Коммуникация как процесс. Коммуникация как объект исследования. Законы и категории теории коммуникации. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение». Методы теории коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация. Информационный обмен. Особенности восприятия и декодирования информации. Субъекты и объекты коммуникации: адресат, адресант, коммуникатор. Коммуникативная ситуация и коммуникативное пространство. Соотношение непосредственного и опосредованного общения. Особенности перцепции. Речевая деятельность.

2. Этапы развития теории коммуникации. Коммуникационные концепции.

Этапы развития теории коммуникации. Теоретические и практические модели коммуникации. Методология коммуникации как система научных принципов. Теория и практика коммуникации в античный, христианский, новоевропейский периоды. Подходы к построению теории коммуникации в XVIII-XIX вв. Исследования коммуникации как

социального явления: бихевиоризм, символический интеракционизм, этнометодология, теория межкультурного содержания коммуникации. Возникновение и распространение технических средств коммуникации. Рационалистический и иррационалистический подходы к изучению коммуникации. Теория информационного общества Д. Белла. Феноменология А. Шюца. Воздействие СМИ на аудиторию. Теория двухступенчатой коммуникации. Теория «спирали молчания» Э. Ноэлль-Нойманн. Теория диффузии инноваций Э. Роджерса. Теория информационных барьеров К. Левина. Культурологическая теория массовой коммуникации Г.М. Мак-Люэна и А. Моля. Теория консенсуального взаимодействия У. Матурана. «Краткое руководство к красноречию М.В. Ломоносова. Практика ораторского искусства в работах Ф.Н. Плевако, А.Ф. Кони. Модели коммуникативных процессов. Линейная модель Г.Д. Лассуэлла. Линейная модель Шеннона – Уивера. Модель коммуникации Р. Якобсона. Циркулярная / сбалансированная модель коммуникации В. Шрамма и Ч. Осгуда. Интеракционистская модель Т. Ньюкомба.

3. Коммуникационный процесс: составляющие, формы, виды коммуникации.

Особенности процесса коммуникации. Зависимость способа передачи сообщения от канала, знаковой системы, способности к кодированию и декодированию. Инициатор коммуникативного процесса. Факторы результата интерпретации сообщения: социальный статус, надежность, квалификация адресата. Неопределенность информации. Особенности сообщения. Каналы связи. Сигналы как носители информации. Способы кодирования информации. Аспекты содержания сигналов. Работа цепочки связи. Кодирование и декодирование как неотъемлемые акты процесса коммуникации. Обратная связь в процессе коммуникации. Классификация коммуникативных барьеров. Типы коммуникации.

4. Информационный обмен в коммуникации: производство, распространение, прием, использование информации.

Различие между сообщением, данными, информацией. Свойства и особенности информации. Смысловая нагрузка информации. Информация – действующее начало актов коммуникации. Субъективная ценность информации. Связь информации с целями получателя. Источники сообщения. Способность человека к передаче и приему информации. Кибернетическое понимание информации. Соотношение коммуникации и информации. Условия существования информации. Информация как философская категория. Функционирующая информация. Особенности оперативной информации. Базы знаний – как хранилища информации. Big Data.

5. Процесс и структура коммуникации: факторы доступности, эффективность восприятия информации.

Процесс обмена информацией. Выбор языкового кода. Двухступенчатый поток массовой информации. Доступность информации как фактор успешности коммуникативного процесса. Параметры процесса коммуникации по А. Молю: новизна, оригинальность, доступность представления материала сообщения в коммуникативном акте. Влияние избыточности информации на доступность восприятия. Факторы эффективности межличностной коммуникации. Правило эффективности коммуникации А. Моля. Лидеры мнений. Критерии эффективности деятельности средств массовой коммуникации. Изменения в сознании и поведении аудитории как результативность работы средств массовой коммуникации. Коммуникативная совместимость. Общительность и контактность как элементы успешной коммуникации.

6. Содержание, средства, язык коммуникации. Семиотика языка.

Содержание коммуникации. Знаковая система. Классификация знаков. Семиотика языка и ее разделы: синтактика, семантика, прагматика. Звуки как средство

коммуникации. Приспособительный характер звуковой коммуникации животных и естественный язык. Язык и речь по Ф. де Соссюру. Приемы речевого воздействия и их функции. Цель речевой коммуникации. Речь как особый вид человеческой деятельности. Коммуникативная ситуация. Этапы реализации речевого действия. Стадии восприятия речи. Уровни понимания. Виды речи. Устная и письменная формы речевой коммуникации. Формы устноречевой коммуникации: монолог, диалог, полилог. Виды устноречевой коммуникации: говорение, слушание. Факторы эффективности слухового восприятия. Письменный текст. Деловая коммуникация. Сферы общения. Жанры письменной речи. Деловая переписка. Резюме. Чтение как рецептивный вид речевой коммуникации. Виды чтения. Невербальная (неречевая) коммуникация. Паралингвистические компоненты коммуникации. Кинесика. Окулесика. Такесика. Проксемика. Коммуникативно-значимое молчание. Функции актов молчания С.В. Крестинского.

7. Теория речевых актов. Принцип кооперации и вежливости.

Прагматика в коммуникации. Теория речевых актов Д. Остина, Д. Серля. Фазы речевого акта. Технология речевых актов Д. Серля. Правила инициации коммуникативного акта по Е.В. Ключеву. Социальные конвенции. Речевая ситуация. Адресат как участник коммуникативного акта. Коммуникативный кодекс. Принцип кооперации. Единство четырех максим Г.П. Грайса. Принцип вежливости Д. Лича. Максима такта. Фактор дистанции. Максима великодушия. Максима одобрения. Максима скромности. Максима согласия. Максима симпатии. Принципы и правила общения.

8. Уровни коммуникации.

Социальная обусловленность общения. Видовое разнообразие коммуникации. Межличностная и массовая коммуникации. Особенности межличностной коммуникации. Сущность и функции межличностной коммуникации. Мотивационные теории равновесия. Мотивационные теории удовлетворения потребностей. Условия, определяющие характер общения. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Пространственные отношения. Речевое воздействие. Намеренное речевое воздействие. Модель коммуникативного акта Р.О. Якобсона. Способы речевого взаимодействия в определенных ситуациях. Планирование коммуникативного взаимодействия с партнерами. Речевые стратегии и их коммуникации. Факторы описания речевых тактик. Манипуляция как вид коммуникационного воздействия. Сущность самопрезентации. Ритуальное поведение и его успешность в межличностном взаимодействии.

9. Коммуникация в малых группах. Массовая коммуникация.

Фактор группы в деловом взаимодействии. Разновидности малых групп по характеру и формам организации деятельности. Основные типы групп. Правила коммуникативного поведения в группе. Факторы внутригрупповой коммуникации. Проблема совместимости в группе. Роль руководителя. Принадлежность к малой группе. Лидерство. Лидер мнений. Убеждаемость и статус человека в группе. Основные характеристики массовой коммуникации как вида межличностного общения. Условия функционирования массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации. Особенности целевой аудитории, ее характеристики. Средства передачи массовой информации. Ритуальное взаимодействие в массовой коммуникации. Информационные тексты в деловой сфере и в структуре массовой коммуникации.

10. Профессионально ориентированные коммуникации. Деловая коммуникация.

Коммуникация как форма управления организацией. Коммуникативная компетентность. Виды коммуникаций в организации. Социальная структура коммуникаций в организации. Формы и специфические особенности деловой коммуникации в организации. Межличностное взаимодействие в деловом общении. Деловое взаимодействие. Сущность делового разговора и деловой беседы. Рекрутинг. Пресс-конференция. Пресс-релиз. Дебаты. Деловые переговоры. Синхронные / асинхронные виды телекоммуникаций. Официально-деловой стиль речи. Место бренда в деловой сфере. Неофициальное общение в организации. Специальные жанры делового публичного общения. Публичная коммуникация, ее формы, жанры.

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Вводная лекция – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

Академическая лекция с элементами лекции-беседы – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Элементы лекции-беседы обеспечивают контакт преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным темам дисциплины, активно вовлекать их в учебный процесс, контролировать темп изложения учебного материала в зависимости от уровня его восприятия.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по закреплению полученных на лекции знаний.

Консультации – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный учебный курс в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;
- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- имеется список вопросов для проведения промежуточной аттестации.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- издательская система LaTeX;
- Adobe Acrobat Reader.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php
- научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>).

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 319 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/560024>
2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 231 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/560775>

б) дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник для вузов / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 479 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/560201>
2. Введение в специальность: Реклама и связи с общественностью: метод. указания / сост. С. Ю. Федоров, А. Н. Корнеев ; Яросл. гос. ун-т. Ярославль, ЯрГУ, 2012, 47 с. 15 экз.
3. Полукаров, В. Л., Основы рекламы : учебник для вузов, М., Дашков и К, 2003, 236с. 11 экз.

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

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;

- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

Доцент кафедры рекламы и связей
с общественностью, к.и.н.

А.В. Кузьмичев

**Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины
«Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные
коммуникации»**

**Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущего контроля успеваемости**

Задания для самостоятельной работы
*(данные задания выполняются студентом самостоятельно
и преподавателем в обязательном порядке не проверяются)*

Задания по теме № 1 «Методологические аспекты исследования коммуникации»:

Выберите любой рекламный радиоролик и проанализируйте его по вербальной и акустической составляющим. Назовите использованные творческие приёмы, звуковые спецэффекты, выделите достоинства и недостатки рекламного объявления. Обоснуйте своё мнение

Задания по теме № 2 «Коммуникация как предмет исследования и научная дисциплина»:

Проанализируйте тренды эволюции теории и практики коммуникации в XXI веке. Выделите самостоятельно критерии сравнения. Результаты оформите в таблицу.

Задания по теме № 3 «Становление, развитие, актуальное состояние теории коммуникации»:

На основании описанных в методике VALS 2 восьми групп потребителей предложите психографическую классификацию российских потребителей с описанием типажей.

Задания по теме № 4 «Теоретические основы, понятийный аппарат науки о коммуникации»:

Обоснуйте теоретические основания дискурсивной этики.

Задания по теме № 5 «Теоретические аспекты коммуникации в XXI веке: интернет-коммуникация»:

Ситуация 4. Джинглы

Проведите социологический опрос (каждый студент опрашивает 10 человек) и узнайте, какие джинглы запомнили респонденты из всего массива телевизионной рекламы. Попробуйте объяснить причины их запоминания.

Задания по теме № 6 «Теория медиакоммуникации в XXI веке»:

Проанализируйте трансформацию дискурса современного общества и теория коммуникации.

Задания по теме № 7 «Парадигмы теории связей с общественностью как коммуникационной системы»:

Проанализируйте телерекламу в передачах каналов ТВ проанализируйте эффективность рекламы в передачах каналов ТВ. Для этого студентам необходимо провести опрос 10 респондентов по отдельно взятому телеканалу.

Задания по теме № 8 «Теоретические аспекты рекламной коммуникации»:

Какую выгоду или выгоды дает покупателю одежда, предлагаемая в магазинах «от кутюр» по очень высоким ценам?

Когда рекламируется любая новая товарная категория, то создание потребности в категории обязательно должно быть целью кампании. Так было в свое время, например, с велосипедами: сначала нужно было убедить людей, что эта странная шаткая конструкция действительно нужна им. Но «продажа» категории может быть целью и в том случае, когда рекламируется уже давно существующий продукт. При каких условиях это утверждение верно?

Задания по теме № 9 «Мобильная коммуникация: теоретические аспекты»:

Посетите ближайший супермаркет и изучите стеллажи:

- а) с минеральной водой,
- б) с молоком,
- в) со средствами для мытья посуды.

Назовите (хотя бы приблизительно) ближайших конкурентов брендов «Аква Минерале», «Останкинское» (молоко) и «Fairgy»:

- по цене,
- по качеству,
- по пользе,
- по выгоде (кроме ценовой).

Задания по теме № 10 «Теоретические парадигмы интегрированной и конвергентной коммуникации»:

Проанализировать достоинства и недостатки системы фирменного стиля конкретной организации (магазина, салона, предприятия и т. п.) по следующим показателям:

- используемый товарный знак;
- логотип;
- фирменный блок;
- фирменный лозунг (слоган);
- фирменный цвет (цвета);
- корпоративный герой;
- постоянный коммуникант (лицо фирмы);
- другие фирменные константы

Тест для самопроверки
(тест проводится в ЭУК «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» в LMS Moodle)

В тесте представлены задания на проверку знаний теории коммуникации, межличностного взаимодействия, особенностей делового общения. Тест содержит теоретические и практикоориентированные вопросы. В тесте 20 вопросов.

Максимальный балл за правильный ответ составляет 1 балл. Максимальное количество баллов, которое можно получить по итогам теста, составляет 20 баллов. На каждый вопрос дается две попытки ответа.

На прохождение теста дается 1,5 часа.

Итоги прохождения теста оцениваются по следующим правилам:

- количество набранных баллов от 20 до 17 соответствует оценке «отлично»;
- количество набранных баллов от 16 до 12 соответствует оценке «хорошо»;
- количество набранных баллов от 12 до 9 соответствует оценке

«удовлетворительно»;

- количество баллов меньше 9 соответствует оценке «неудовлетворительно».

1. Общение, при котором учитываются индивидуальные особенности личности, но для интереса дела, – это такое общение:

- а) деловое
- б) примитивное
- в) духовное

2. Процесс, который называется общением:

- а) множественные, непосредственные контакты незнакомых людей, а также коммуникация, опосредованная различными видами массовой информации
- б) сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга
- в) авторитарная, директивная форма воздействия на партнера по общению с целью достижения контроля над его поведением и внутренними установками, принуждения к определенным действиям или решениям

3. Процесс общения заключается в:

- а) приобретении навыков для ведения бизнеса
- б) налаживании связей между различными регионами
- в) налаживании контактов между отдельно взятыми людьми

4. Определите, какие бывают стороны общения:

- а) коммуникативные
- б) компромиссные
- в) комментирующие

5. Зона общения с большой аудиторией, на расстоянии более 3,6 м.:

- а) межличностное расстояние
- б) социальная зона
- в) общественная зона

6. Содержание общения:

- а) информация, содержащая намёк
- б) информация, переходящая от одного человека к другому
- в) информация известная только одному человеку

7. Речь, требующая адекватного доказательства и логического рассуждения, – это такая речь:

- а) информационная
- б) развлекательная
- в) убеждающая

8. Определите форму, при которой осуществляется деловое общение:

- а) переговоры
- б) видеоконференция
- в) брифинг

9. Определите форму, при которой осуществляется деловое общение:

- а) оперативка
- б) видеоконференция
- в) совещания

10. Универсальная знаковая система, возникшая естественным образом и используемая для общения людей, выражения их мыслей, чувств и волеизъявления, называется:

- а) искусственным языком
- б) естественным языком
- в) коммуникацией

11. Культурное речевое действие диалогового характера, направленное на субъект или объект как на партнера коммуникации с целью сообщения информации о себе, о другом или оценки кого-либо или чего-либо:

- а) речевая коммуникация
- б) чуждая коммуникативная среда
- в) стилевой барьер

12. Что свойственно манипуляторному стилю общения:

- а) предполагает ясность внутренних приоритетов
- б) вид психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего порядка
- в) используется духовно зрелыми речевыми партнерами

13. Примитивное общение – это общение, при котором оценивают объект с точки зрения пользы или отсутствия таковой, так ли это:

- а) да
- б) нет
- в) отчасти

14. Что из предложенного является обязательным признаком любых форм общения:

- а) постановка цели
- б) речь
- в) передача информации

15. Прimitивное общение – это общение, при котором определены социальные роли – «учитель – школьник», так ли это:

- а) нет
- б) да
- в) отчасти

16. Абсолютно формальное общение, при котором говорят то, что положено говорить в подобной ситуации, называется таким общением:

- а) примитивным
- б) светским
- в) манипулятивным

17. Речевая тактика, при которой неблагоприятную информацию подкрепляют словами, что «так бывает», называется:

- а) неожиданностью
- б) примером
- в) обобщением

18. Что является самой главной целью общения:

- а) общение ради общения
- б) достижение профессиональных успехов
- в) соблюдение правил этикета

19. Невербальной коммуникацией называется:

- а) включение в речь пауз, других вкраплений, например, покашливание, плача, смеха, наконец, сам темп речи
- б) восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов
- в) сторона общения, состоящая в обмене информацией между индивидами без помощи речевых и языковых средств, представленных в какой-либо знаковой форме

20. Как называются препятствия в общении, которые проявляются у партнеров в непонимании высказываний, требований, предъявляемых друг другу:

- а) эмоциональные барьеры
- б) культурные барьеры
- в) смысловые барьеры

Самостоятельная работа № 1

(проверка сформированности ОПК-2, индикатор ИД-ОПК-2.1.

(в части умений работы с современными подходами к коммуникации в структуре государственных органов))

1. К какому значению относится приведенное ниже определение коммуникации: Коммуникация – путь сообщения, связь одного места с другим, средство передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое.

1. Универсальному
2. Техническому
3. Биологическому
4. Социальному

2. Авторы математической модели, которая являлась графическим изображением модели Г. Лассуэлла

1. К. Шеннон и У. Уивер
2. Т. Ньюкомб и Д. Мид
3. Ч. Осгуд и У. Шрамм
4. С. Болл-Рокеш и М. де Флер

3. Область изучения индивидуального поведения, занимающаяся нормами пространственной и временной ориентации человека :

1. Проксемика
2. Такесика
3. Кинесика
4. Просодика

4. По типологии В. Сатир, компьютер это:

1. Угодливый тип
2. Обвиняющий тип
3. Безэмоциональный тип
4. Неуместный тип

5. _____ - это развивающийся в значительной мере осознаваемый опыт общения между людьми (межличностный опыт), который формируется и актуализируется в условиях непосредственного человеческого общения

6.

Правила выставления оценки по результатам самостоятельной работы:

Оценка по результатам самостоятельной работы считается в баллах по каждому заданию по следующему принципу:

- правильно выполненное задание (соблюдены требования создания сайта, и он наполнен информацией) – 5 баллов;
- соблюдены 2/3 требований к созданию сайта, он наполнен информацией – 4 балла;
- соблюдены 1/3 требований к созданию сайта, он наполнен информацией – 3 балла;
- соблюдены менее 1/3 требований к созданию сайта, он не наполнен информацией – 2 балла;

Самостоятельная работа № 2

(проверка сформированности ОПК-5, индикатор ИД-ОПК-5.1.

(в части умений работы с политическими, экономическими факторами, правовыми и этическими нормами))

1. Что такое аккультурация? Назовите основные стратегии аккультурации. Дайте подробное описание каждой из них. Приведите примеры.
2. Символический характер коммуникации в работах Р. Барта

3. Назовите основные свойства коммуникативного процесса в СМК.
4. Первичные и вторичные группы. Теория Ч. Кули
5. Функции массовой коммуникации

Правила выставления оценки по результатам самостоятельной работы:

Оценка по результатам самостоятельной работы считается в баллах по каждому заданию по следующему принципу:

- правильно выполненное задание (соблюдены требования создания сайта, и он наполнен информацией) – 5 баллов;
- соблюдены 2/3 требований к созданию сайта, он наполнен информацией – 4 балла;
- соблюдены 1/3 требований к созданию сайта, он наполнен информацией – 3 балла;
- соблюдены менее 1/3 требований к созданию сайта, он не наполнен информацией – 2 балла;

Самостоятельная работа № 3

(проверка сформированности ОПК-5, индикатор ИД-ОПК-5.2.

(в части умений работы с процессами и механизмами функционирования конкретной медиакоммуникационной среды))

1. Назовите факторы, влияющие на характер аккультурации.
2. Особенности массовых коммуникативных процессов в работе Куррана Дж. «Медиа и демократия: переосмысление».
3. Приведите основные различия массовой и межличностной коммуникации.
4. Формальные и неформальные группы. Теория Э. Мэйо.
5. Назовите основные свойства коммуникативного процесса в СМК.

Правила выставления оценки по результатам самостоятельной работы:

Оценка по результатам самостоятельной работы считается в баллах по каждому заданию по следующему принципу:

- правильно выполненное задание (соблюдены требования создания сайта, и он наполнен информацией) – 5 баллов;
- соблюдены 2/3 требований к созданию сайта, он наполнен информацией – 4 балла;
- соблюдены 1/3 требований к созданию сайта, он наполнен информацией – 3 балла;
- соблюдены менее 1/3 требований к созданию сайта, он не наполнен информацией – 2 балла;

2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

На зачете проверяется сформированность компетенций ОПК-2 (индикатор ИД_ОПК-2.2.) и ОПК-5 (индикатор ИД_ОПК-5.2.) на основе проверки теоретического материала. При этом учитывается сформированность навыков и умений на практических занятиях во время работы в семестре.

Оценка «зачет» выставляется студенту, у которого сформированы обе компетенции, получены достаточно полные ответы во время устного собеседования по вопросам.

Оценка «незачтено» выставляется студенту, у которого не сформированы обе или одна компетенция.

Список вопросов к зачету

Проверка сформированности ОПК-2, индикатор ИД-ОПК-2.2.

1. Производство информации, мультипликация, кодирование, распространение, прием, декодирование, использование информации.
2. Передача информации по инициативе источника.
3. Ситуативные надстройки: коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка.
4. Оценочные надстройки: ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнера, самооценка, социальный стереотип.
5. Функциональные надстройки: апеллятивная, побудительная, волеизъявительная, ритуальная, перформативная, самопрезентационная.
6. Типы коммуникативной личности.
7. Оценка коммуникативной личности: соотношение социальных и коммуникативных характеристик, индивидуальное и социальное.
8. Коммуникатор и социологические способы его изучения. Цели коммуникатора.
9. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере. Границы коммуникативной сферы.
10. Социальные роли коммуникатора. Роли коммуникантов в процессе обмена информацией. Мотивированность действий коммуникантов.
11. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Социальные символы
12. Содержание и средства речевой коммуникации. Вариативность языка (лингвистическое, информационно-содержательное, коммуникативное).
13. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем. Семиосоциологическая концепция коммуникации.

Проверка сформированности ОПК-5, индикатор ИД-ОПК-5.2.

14. Кодирование действительности в онтогенезе и филогенезе. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения.
15. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.
16. Индивидуальное и социальное в общении.
17. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.
18. Отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории.
19. Социальный контроль посредством взаимодействия заинтересованных субъектов с аудиторией.
20. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации.
21. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.
22. Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации.

23. Связи с общественностью (PR) как вид коммуникации.
24. Коммуникации в различных отраслях жизни общества.
25. Особенности рекламной коммуникации.
26. Стихийные коммуникации и процессы обмена информацией.

**Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины
«Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные
коммуникации»**

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

В ходе изучения данного курса студент должен овладеть методами сбора, хранения и обработки данных при подготовке решений в коммуникативной среде, получить устойчивые навыки работы с необходимым для этих целей теоретическим и практическим материалом в сфере коммуникативистики.

Основной формой изложения учебного материала по дисциплине являются лекции и практические занятия, причем последние в достаточно большом объеме.

Для проверки и контроля усвоения теоретического материала, приобретенных практических навыков работы, в течение обучения проводятся мероприятия текущей аттестации в виде двух самостоятельных работ. Также проводятся консультации (при необходимости) по разбору заданий для самостоятельной работы, которые вызвали затруднения.

Для самостоятельной работы, в том числе и повтора разобранного на лекции и практических занятиях материала, рекомендуется использовать учебник для вузов Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учебник для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 231 с. // Образовательная платформа Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/489716>. Он состоит из 8 разделов, в которых рассматриваются особенности теории коммуникации в современном мире. Материал каждого раздела включает в себя краткое изложение теоретического материала по заданной теме и вопросы. В электронном учебнике имеется тесты для проверки знаний, учебно-методический комплекс.

В конце курса студенты сдают экзамен в форме устного собеседования. При этом учитывается текущая работа студента в семестре на практических занятиях.

Освоить вопросы, излагаемые в процессе изучения дисциплины самостоятельно студенту крайне сложно. Это связано со сложностью изучаемого материала и большим объемом курса. Поэтому посещение всех аудиторных занятий является совершенно необходимым. Без упорных и регулярных занятий в течение семестра сдать зачет и экзамен по итогам изучения дисциплины студенту практически невозможно.