


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель Н.С. Сафронов /Н.С. Сафронов/
Зав. кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина:	Основы теории коммуникации
Факультет	Культуры и искусства
Кафедра	Связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	1-ый

Направление (специальность) _____ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) _____ Реклама и связи с общественностью в
коммерческих и некоммерческих организациях _____
полное наименование

Форма обучения _____ очно-заочная _____
очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » _____ 09 _____ 2023 _____ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кузьмина Е.В.	СОРиК	Доцент, к.с.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 (_____ / _____ А.К. Магомедов / Подпись _____ ФИО «10»_05_____2023_____г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цели освоения дисциплины: изучить основные формы, виды, уровни коммуникации, показать специфику ее разновидностей, а также сформировать представления о моделях коммуникативного акта и его компонентах; дать базовые знания о теоретических подходах к изучению коммуникации в целом. Кроме того, составить представление о специфике и средствах вербальной и невербальной коммуникации, а также таких ее видах как специальная, деловая, публичная, массовая (определив сущность и выделив характерные черты последней).

Задачи освоения дисциплины:

- изучить основные вехи развития коммуникации в историческом плане, выделить «коммуникативные революции», проследить появление различных каналов массовой коммуникации;
- ознакомиться с понятием коммуникации, ее видами, в частности уделив внимание изучению вербальной и невербальной коммуникации;
- составить общее представление о межличностной коммуникации, коммуникации в малой группе, а также в толпе; изучить общие специфические характеристики публичной, деловой коммуникации;
- охарактеризовать основные признаки массовой коммуникации и обозначить ее суть;
- составить представление об основных моделях коммуникативного акта (как линейных, так и нелинейных);
- изучить основные теоретические подходы к исследованию социальной и массовой коммуникации, а также соответствующие теории (структурный функционализм, критическая традиция, семиологический подход и др.);
- вводным образом ознакомиться с ведущими концепциями постиндустриального, информационного общества.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к базовому циклу дисциплин и изучается во втором семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: Дисциплина читается параллельно с курсами: История России, Межкультурные коммуникации, Основы теории и практики рекламы, Основы теории и практики связей с общественностью, Основы российской государственности, Философия.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

- Демография и социальная статистика
- Теория и практика массовой информации
- Методика изучения исторической информации
- Современные медиакommunikации
- Психология массовых коммуникаций
- Социология массовых коммуникаций
- Технологии имиджмейкинга
- Планирование рекламных кампаний
- Планирование PR-кампаний
- Профессионально-творческая практика
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>Знать: основные модели коммуникации, компоненты коммуникативного акта в рамках различных моделей, иметь представление о сущности коммуникативного процесса, об определениях коммуникации, ее видах и формах, а также об их отличительных признаках, основных исторических вехах развития коммуникации; основные положения теорий информационного, постиндустриального и глобального общества, иметь представление о роли коммуникации в современном мире.</p> <p>Уметь: применять некоторые навыки по использованию вербальных и невербальных средств коммуникации в межличностном и деловом общении, профессиональной коммуникации.</p> <p>Владеть: основными терминами теории коммуникации и терминологией из различных концепций и подходов к ее изучению.</p>
ОПК2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>Знать: основные модели коммуникации, компоненты коммуникативного акта в рамках различных моделей, иметь представление о сущности коммуникативного процесса, об определениях коммуникации, ее видах и формах, а также об их отличительных признаках, основных исторических вехах развития коммуникации; специфику межличностной, специальной, деловой, публичной коммуникации, а также компоненты и средства вербальной и невербальной форм общения; основные положения теорий информационного, постиндустриального и глобального общества, иметь представление о роли коммуникации в современном мире, о ведущих теориях коммуникации и подходах к их изучению (структурно-функциональный, включая функции СМИ, семиотический и пр.), их специфике.</p> <p>Уметь: применять некоторые навыки по использованию вербальных и невербальных средств коммуникации в межличностном и деловом общении, публичном выступлении, составлении сообщений в различных формах коммуникации.</p> <p>Владеть: основными терминами теории коммуникации и терминологией из различных концепций и подходов к ее изучению; вводно владеть понятием СМИ как социальный институт, имея начальные представления о его происхождении, а так же характеристиках массовой коммуникации.</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 4 зачетных единиц _____

по видам учебной работы (в часах) 144 _____

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очно-заочная_)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		1	2	3
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	26	26		
Аудиторные занятия:	26	26		
лекции	8	8		
семинары и практические занятия	18	18		
лабораторные работы, практикумы				
Самостоятельная работа	82	82		
Форма текущего контроля знаний и контроля	Дискуссия, доклад, Практическое занятие			
самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)				
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Экзамен 36	Экзамен 36		
Всего часов по дисциплине	144	144		

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля
		Аудиторные занятия			в т.ч. занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинар	лабораторная работа			
1	2	3	4	5	6	7	
<i>Раздел 1. Понятие, модели и исторические вехи развития коммуникации</i>							

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф- Рабочая программа дисциплины							
1. Понятие коммуникации, обзор ее различных видов и подходов к изучению	9	1	1			4	
2. История и этапы развития коммуникации	10	1	1		1	6	Дискуссия, доклад
3. Модели коммуникации, компоненты коммуникативного акта в разн. моделях	9		1		1	6	Дискуссия
<i>Раздел 2. Виды, формы и уровни коммуникации</i>							
4. Вербальная коммуникация: виды и формы	8		1			6	
5. Невербальная коммуникация: обзор основных средств и компонентов	9		1		1	6	Практическое занятие
6. Межличностная коммуникация, Общение в малых группах	8		1			6	
7. Специальная, деловая, публичная коммуникация.	8		1			6	
8. Массовая коммуникация: характерные признаки и основные отличительные черты, функции	10	1	1		1	6	Дискуссия
<i>Раздел 3. Различные теории, подходы и исследовательские традиции изучения социальной и массовой коммуникации</i>							
9. Зарождение представлений о «массе» и «массовом обществе», истоки изучения толпы и современные представления	9		1		1	6	Дискуссия
10. Критическая традиция. Концепция идеологии СМИ	9	1	1			6	
11. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации	9	1	1			4	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф- Рабочая программа дисциплины							
12. Семиологический подход к исследованию коммуникации	9	1	1		1	6	Дискуссия, доклад, Практ. задание
<i>Раздел 4. Концепции постиндустриального, информационного общества и теории глобализации СМИ. Новые виды и формы коммуникации в Интернете.</i>							
13. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе.	9	1	1			4	
14. Понятие и концепции постиндустриального, информационного общества, глобализации СМИ	9	1	1		1	4	Дискуссия
15. Новые виды и формы коммуникации в современном обществе.	10		1		1	6	Дискуссия
Итого	135	8	18		8	82	

* 108+36 (контроль)= 144 часов

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Понятие, модели и исторические вехи развития коммуникации.

Тема 1. Понятие коммуникации, обзор ее различных видов и подходов к изучению

Понятие «коммуникации». Эволюция взглядов и подходов к изучению коммуникации и развитие ведущих теорий (преимущественно при изучении массовой коммуникации). Обзор различных классификаций, типов, форм коммуникаций. Классификация в зависимости от участвующих субъектов (интраличностная, межличностная, социальная, массовая, глобальная) и др.

Тема 2. История и этапы развития коммуникации.

Вехи становления коммуникации и исторические предпосылки ее развития. Важнейшие коммуникационные революции. Формы передачи информации на расстоянии (до появления СМИ): звуковая сигнализация, световая и пр. Появление книгопечатания и развитие печатных СМИ – газет и журналов. Становление и развитие электронных СМИ - радио, телевидение (от появления до превращения в массовое средство трансляции).

Тема 3. Модели коммуникации, компоненты коммуникативного акта в разных моделях.

Линейные и нелинейные модели коммуникации. Представления о коммуникативном акте и его компонентах К. Шеннона-У. Уивера (понятие шума и избыточности), М. Де Флюера, Р. Якобсона, М. Бахтина и др.

Причины академического изучения процессов массовой коммуникации и появления прикладных исследований (1920-1940 гг. в США). Классическая (из пяти компонентов) и расширенная модель коммуникации Г. Лассуэла. Его представления о пропаганде (тезисы работы «Техника пропаганды в мировой войне»). «Атомарный» подход к изучению

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

влияния СМИ (основные характеристики массы как аудитории).

Модель «лидеров мнений». Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда (исследование электорального поведения и его результаты в книге «Выбор народа»). Основные положения ее критики и развитие в модель многоступенчатой коммуникации. Примеры исследований в рамках этой модели и их результаты (М. Янович и Э. Шилз, У. Шрамм).

Модель коммуникации У. Шрамма (представление об обратной связи). Циклическая (циркулярная модель).

Теория диффузии (распространения) инноваций Э. Роджерса. Теория информационных барьеров К. Левина. Спираль молчания Э. Ноэль-Нойман. Теория информационного дефицита.

Раздел 2. Виды, формы и уровни коммуникации.

Тема 4. Вербальная коммуникация: виды и формы.

Факторы и функции речевой коммуникации в работах Р. Якобсона и др. авторов. Язык и речь. Коммуникативная ситуация. Виды речи (внутренняя и внешняя, устная и письменная). Формы устноречевой коммуникации: монолог, диалог, полилог. Виды устноречевой коммуникации - говорение и слушание. Формы письменной коммуникации - письмо (написание) и чтение.

Тема 5. Невербальная коммуникация: обзор основных средств и компонентов (паралингвистические средства, жесты, позы, визуальный контакт, проксемические средства и др.)

Невербальная (неречевая) коммуникация: обзор основных средств. Паралингвистические средства, просодические и экстралингвистические компоненты. Кинесические средства - жесты, жестовые движения, мимика. Различные виды и классификации жестов (*например, жест-регулятор, жест-эмблема, жест-иллюстратор, жест-адаптор, жест-аффлектор, жест оценки или - коммуникативные, модальные, описательные жесты*). Окулесика, визуальный контакт (в т.ч. виды взглядов); такесика. Проксемика (дистанции, зоны, ориентация и угол общения). Роль поз в общении. Организация пространства и времени коммуникации.

Тема 6. Межличностная коммуникация, общение в малых группах.

Межличностная коммуникация, общение в малых группах. Малая группа: определения, черты и отличительные признаки. Виды малых групп и их характеристики.

Межличностная коммуникация и коммуникация в малых группах с т.з. разных теорий и подходов. Бихевиоризм. Символический интеракционизм (Д.Г. Мид). Теории когнитивного баланса, дисбаланса, ее основные положения, понятие «психологии» (Ф. Хайдер, Фестингер и др.) и мотивационные теории удовлетворения потребностей (А. Маслоу). Теория речевой деятельности (Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева).

Коммуникативные барьеры, коммуникативные стратегии и тактики. Виды коммуникативных стратегий.

Тема 7. Специальная, деловая, публичная коммуникация.

Специальная, деловая коммуникация: специфика и условия применения, виды, некоторые формы. Отличительные черты делового взаимодействия, коммуникации в организации (обязательность контактов, конвенциональные ограничения, соблюдение формально-ролевых принципов, наличие иерархии и др.).

Вертикальная и горизонтальная коммуникация в организациях.

Некоторые примеры и формы деловой коммуникации (деловая беседа, деловые переговоры, пресс-конференции и др.)

Публичная коммуникация. Межкультурная коммуникация.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

Тема 8. Массовая коммуникация: характерные признаки и основные отличительные черты, функции.

Сущность массовой коммуникации. Отличительные черты и признаки массовой коммуникации (в интерпретации различных авторов): наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, соответствующие средства трансляции многоканальность и др. (регулярность, общедоступность, публичность, дистанционные способы передачи информации, институциональный характер и пр.)

Обзор функций массовой коммуникации (в видении ведущих авторов) Б. Катля и А. Каде, А.А. Леонтьева и др. Функция фокуса, функция антенны и пр.

Раздел 3. Различные теории, подходы и исследовательские традиции изучения социальной и массовой коммуникации.

Тема 9. Зарождение представлений о «массе» и «массовом обществе», истоки изучения толпы и современные представления о коммуникации в ней

Ведущие парадигмы социальных коммуникаций. Представления о «массе» в марксистской традиции. Немарксистские теории коммуникации; масса и толпа, публика и толпа, характеристики толпы в работах Г. Тарда и Г. Лебона. Законы подражания и их роль в обществе в теории Г. Тарда. Современные представления о толпе и специфике коммуникации в ней.

Тема 10. Критическая традиция («критика массового общества»). Концепция идеологии СМИ.

Франкфуртская школа: Т. Адорно, М. Хоркхаймер о массовом обществе и массовой культуре, «индустрии развлечения» и о роли рекламы и СМИ в массовом обществе. Г. Маркузе о потреблении и формировании потребностей в буржуазном обществе.

Концепции идеологии в СМИ (А. Грамши); понятие «гегемонии» и «контргегемонии»; взгляды Л. Альтюссера.

Тема 11. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации.

Основные понятия структурно-функционального подхода (социальный институт, роли, статусы и др.). Отличие массовой коммуникации от других форм и видов коммуникации (по компонентам – аудитория, источник информации, канал передачи и пр.). Специфика структурно-функционального анализа, функции масс-медиа в обществе; группы функций на уровне индивида и на уровне социума. П. Лазарсфельд, Р. Мертон, и др. о функциях СМИ. Н. Луман о функциях масс-медиа и в современном мире и его работа «Реальность масс-медиа».

Тема 12. Семиологический подход к исследованию коммуникации.

Специфика семиологического подхода. Семиотика как наука о знаках и знаковых системах. Истоки семиотики. Представления и основные теоретические положения работ Ф. Де Соссюра и Ч. Пирса.

Типы знаков. Различные классификации знаков (икона, индекс, символ). Система знаков: образные, конвенциональные, натуральные. Материалы масс-медиа и реклама с точки зрения семиотики.

Раздел 4. Концепции постиндустриального, информационного общества, глобализации СМИ. Новые виды и формы коммуникации в Интернете.

Тема 13. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе.

Постмодерн и постмодернизм. СМК в эпоху постмодерна. Понятие «симуляции», «симулякра» и «гиперреальности», роль символов в современной коммуникации (СМИ и реаламе) в работах Ж. Бодрияра и др. авторов.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

Тема 14. Понятие и концепции постиндустриального и информационного общества, глобализация СМИ

Ведущие авторы и теоретики постиндустриального общества (обзор). Постиндустриальное и информационное общество в концепции Д. Белла. Ведущие признаки и черты постиндустриального общества.

«Третья волна» и информационное общество Э. Тоффлера (аграрная, индустриальная, постиндустриальная эпохи). «Глобальная деревня» М. Маклюэна и его взгляды на влияние ТВ (и др. информационных каналов) на общество, культуру (мозаичность ТВ и структурный резонанс). Периодизация истории связи с ведущими масс-медиа. «Холодные» и «горячие» СМИ по М. Маклюэну.

Понятие и признаки информационного общества в работах западных и отечественных авторов.

Этапы развития глобальной коммуникации и ее характерные черты. «Информационная экономика и глобальное общество», «пространство потоков» в концепции М. Кастельса.

Тема 15. Новые виды и формы коммуникации в современном обществе.

Появление Интернета как новой формы коммуникации и социальной реальности, особенности коммуникации в Интернет-среде. Новые формы коммуникации (блоги, форумы, социальные сети). Новейшие теории социальных медиа (Х. Хьюитт, Д. Гилмор, Г. Рейнгольд, А.В. Попов и др). Социальные сети как площадки распространения рекламы и сообщений СО: основные особенности.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Преподавание дисциплины «Основы теории коммуникации» включает в себя следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с применением различных моделей и подходов к изучению коммуникации;
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- проведение дискуссий, обсуждений в семинарских группах по итогам изучения отдельных тем курса.

Раздел 1. Понятие, виды, модели и исторические вехи развития коммуникации.

Тема 1. Понятие коммуникации, ее различные виды (форма проведения - семинар).

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Дайте определение понятию «коммуникации». Приведите несколько определений и сравните их. Как вы считаете, почему существует такое большое количество дефиниций «коммуникации»? Как вы различаете «общение» и «коммуникацию»?
- Какие классификации коммуникации вы знаете? Что является типобразующим признаком в каждом случае? Поясните различия между следующими формами коммуникациями: интраличностная, межличностная, социальная, массовая, глобальная.
- Что характерно для межличностной коммуникации и общения в малых группах?
- Перечислите и кратко охарактеризуйте отличительные черты и признаки массовой коммуникации.

Тема 2. История и этапы развития коммуникации (форма проведения — семинар — и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

доклады в рамках проведения дискуссии по теме).

Данное занятие проводится в два этапа. Первая часть предполагает в качестве самостоятельной подготовки к дискуссии (по желанию студента) подготовить краткий доклад — сообщение с элементами презентации длительностью примерно 5-7 минут по темам, которые в силу ограничения по времени не получили детального раскрытия в лекции, а именно: появление телеграфного сообщения, телефонной связи, появление первых форм (не массовых) применения радио, телевидения, а также изобретение и распространение кинематографа (доклад составляется по следующим основным пунктам: время изобретения и имя создателя (создателей), условия, в том числе и социальные, появления данного вида коммуникации, период и причины распространения в массовой масштабе, основные вехи развития данного коммуникативного средства. По итогам доклада (порядка 5-7 выступлений) задаются вопросы от остальных членов аудитории и организуется дискуссия на базе прослушанного материала.

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Перечислите основные этапы становления, развития коммуникации и важнейшие коммуникационные революции. С какими историческими, социально-экономическими и политическими предпосылками они связаны? Обозначьте основные этапы развития теорий коммуникации.
- Когда появилось книгопечатание и на какой период приходится развитие печатных СМИ – газет и журналов. С какими социально-политическими и социально-экономическими причинами это связано?
- К какому периоду относится изобретение радио и когда этот канал коммуникации становится массовым, в каких странах? Когда появляется первая радиореклама? Назовите первые формы радиовещания и жанры. Раскройте специфику развития радиовещания по странам (США, Великобритания, Германия, Япония и пр.)
- Обозначьте время появления телевидения (в частности первых телевышек в странах Европы, США, СССР) и формирования массовой аудитории телевидения.

Тема 3. Модели коммуникации, компоненты коммуникативного акта в разных моделях (форма проведения — семинар и дискуссия)

Один час занятия проводится как классический семинар, в рамках которого выявляется знание и уточняются представления о различных коммуникативных моделях и их компонентах, второй — проводится в форме дискуссии на предмет того, как и насколько они применимы в различных условиях, сферах, исторических периодах, адекватны ли они современным условиям развития, когда существует множество коммуникационных каналов и различных интерактивных форм, и студентам предлагается самостоятельно порассуждать о том, насколько данные модели подходят для рекламы, СО и брендинга.

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Перечислите известные вам линейные и нелинейные модели коммуникации. Чем они отличаются?
- Расскажите о представлениях о коммуникативном акте и его компонентах К. Шеннона-У. Уивера, Р. Якобсона, М. Бахтина и др.
- Что такое коммуникативные барьеры, с чем связано их появление? Назовите известные вам виды.
- Перечислите и охарактеризуйте компоненты классической (из пяти компонентов) и расширенной модели коммуникации (из семи компонентов) Г. Лассуэла. Какие элементы были добавлены в расширенный, более поздний вариант. Поясните их значение. Как данный автор определял пропаганду? (тезисы работы «Техника пропаганды в мировой войне»). В чем суть «атомарного» подхода к изучению

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

влияния СМИ? Каковы важнейшие характеристики массы (учитывая воздействия СМИ на массовую аудиторию)? Сформулируйте основные три черты, характеризующие массу.

- Что представляет из себя модель «лидеров мнений». Кто является «лидерами мнений»? На примере исследования электорального поведения (и его результатов в книге «Выбор народа») опишите двухступенчатую модель коммуникации П. Лазарфельда. Где еще (кроме электорального поведения и политической пропаганды) применима данная модель? Что такое многоступенчатая модель коммуникации? С появлением социальных медиа, является ли данная модель до сих пор актуальной? Поясните и аргументируйте.
- Опишите исследования (и их результаты) М. Яновича, Э.Шилза, а также У. Шрамма и др. авторов, иллюстрирующие модель лидеров мнений и ее практическое применение.
- Перечислите и опишите элементы модели К. Шеннона-У.Уивера. Почему она является линейной? Какое устройство связи напоминают эти элементы? Что означают понятия «шума» и «избыточности», «энтропии» и «негэнтропии» в рамках данной модели? Поясните это на конкретных примерах.
- Каким образом М. Де Флюер расширил модель коммуникации К. Шеннона-У.Уивера? Насколько применима данная модель к функционированию СМИ? И в каких именно формах? На каких примерах это можно проиллюстрировать?
- Охарактеризуйте модель коммуникации У. Шрамма. Почему он называется циркулярная или циклическая модель? Какое значение имеет введение в модель коммуникативного акта представления об обратной связи? В каких видах и формах современных (недавно появившихся коммуникаций) это имеет особо важное значение? Поясните.
- В чем состоит суть модели распространения (диффузии) инноваций? Назовите и охарактеризуйте группы последователей при принятии инноваций, выделяемые в рамках данной модели. Каково их примерное процентное соотношение? Каким образом эту модель можно применять в маркетинге и брэндинге (когда речь идет о появлении и распространении товаров-новинок, новых моделей, марок)? Аргументируйте свой ответ.
- Кратко опишите модель «информационных привратников». В каком контексте и в какой ситуации (и каким автором) она была сформулирована? Каким образом возможно ее применение в современной рекламной практике и брэндинге? Поясните свой ответ.
- Опишите своими словами основные положения модели «спираль молчания» Элизабет Н. Нойман. Каким образом она применима в условиях политической коммуникации, рекламы и ПР в политической сфере? Приведите конкретные примеры.

Раздел 2. Виды, формы и уровни коммуникации.

Тема 4. Вербальная коммуникация: виды и формы (форма проведения - семинар)

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Опишите факторы и функции речевой коммуникации в работах Р. Якобсона и др. авторов (А. Леонтьева, К. Бюлера). Охарактеризуйте их.
- Поясните, в чем состоят отличия понятий «язык» и «речь».
- Что такое «коммуникативная ситуация»? Что она предполагает?
- Опишите виды речи, включая внутреннюю и внешнюю, устную и письменную.
- Перечислите и охарактеризуйте формы устноречевой коммуникации (монолог, диалог, полилог).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

- В чем состоят принципы и правила успешной вербальной коммуникации, выделенные немецким филологом Г. Бройнингом? Перечислите их.
- Охарактеризуйте виды устноречевой коммуникации - говорение и слушание. Формы письменной коммуникации - письмо (написание) и чтение.

Тема 5. Невербальная коммуникация: обзор основных средств и компонентов (паралингвистические средства, жесты, позы, визуальный контакт, проксемические средства и др.) (форма проведения — семинар и практическое занятие с элементами тренинга)

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Какими способами, средствами и компонентами может осуществляется передача информации, а также эмоций невербальными (неречевыми) средствами? Перечислите основные из них.
- Что относится к паралингвистическим и экстралингвистическим средствам? Что такое просодика? Как ритм, интонация и пр. влияют на коммуникацию, на взаимодействие?
- Что такое конгруэнтность? Как вы понимаете понятие «эмпатия»? Поясните.
- Какова роль мимики в передаче информации и эмоций в коммуникации?
- Опишите основные кинесические средства (жесты, жестовые движения, мимика). Приведите примеры «закрытых» и «открытых» поз. Покажите, продемонстрируйте их. Какие из них способствуют установлению, поддержанию контакта, а какие — нет? Сядьте парами и продолжая (или начиная) беседу, примите различные позы. Затем выслушайте комментарии и соображения собеседника, какие из них помогают установлению и поддержанию коммуникации, контакта, а какие препятствуют, нарушают контакт?
- Какие виды и классификации жестов вам известны? Опишите их (например, жест-регулятор, жест-эмблема, жест-иллюстратор, жест-адаптор, жест-аффлектор, жест оценки или - коммуникативные, модальные, описательные жесты). Сядьте парами и продолжая (или начиная) беседу, сначала продублируйте (или усильте) различными жестами сказанное вами собеседнику, а затем попытайтесь донести хотя бы часть из информации, используя только жесты. Прослушайте комментарии собеседника и его толкования смысла жестов. Они совпадают с вашими?
 - Что изучает окулесика? Какова роль визуального контакта в коммуникации? Как частота, длительность и пристальность взгляда влияют на взаимодействие? Какие вам известны виды взглядов? О чем может «говорить» длительность взгляда? Обращаясь к партнеру по общению (соседу по парте в учебной аудитории) во время короткой беседы на заданную тему по очереди примените различные виды взглядов и варьируйте их продолжительность. После этого поделитесь ощущениями с собеседником и аудиторией в целом.
 - Что такое такесика? Проксемика? Какие вам известны дистанции или зоны общения (в описании Э.Холла)? Как на коммуникацию влияют угол и ориентация партнеров по общению? Поясните и покажите, продемонстрируйте это на своих одноклассниках. Какова в целом роль поз в общении? Приведите примеры, когда организация пространства и времени коммуникации влияет на ее успешность. Как это можно использовать в деловой коммуникации?
 - Используя пространство учебной аудитории и имеющуюся в наличии мебель и др. средства, организуйте его так, чтобы облегчить общение или расположить к контакту в различных ситуациях — в условиях устного доклада, презентации, совещания, деловых переговоров. Обоснуйте данное расположение. Распределите участников общения по своим местам и после

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

состоявшейся коммуникации послушайте их мнения.

Тема 6. Межличностная коммуникация, общение в малых группах (форма проведения — семинар)

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Что характерно для межличностной коммуникации и общения в малых группах? (В том числе имея в виду количество общающихся). Приведите определения различных авторов, трактующие понятие «малой группы».
- Какие вы можете назвать разновидности малых групп (в т.ч. по характеру и формам деятельности)? Что отличает команду, коллектив от других? Что такое ассоциация как вид малых групп? Приведите примеры случайно или временно организованные группы и опишите их характеристики.
- Охарактеризуйте основные факторы, определяющие внутригрупповую коммуникацию (роли, нормы и лидерство). Что такое роль? (приведите примеры различных ролей в социуме, в том числе обусловленных возрастной, гендерной и пр. спецификой). Что такое нормы? Какие виды лидерства вы можете назвать? В чем их отличия?
- Когда и в связи с чем появилось направление «Бихевиоризм»? Приведите его основные положения. Как с точки зрения этого направления, подхода описывается коммуникация?
- Что характерно для направления интеракционизма, в том числе и символического интеракционизма (Д.Г. Мид)? В чем его основные отличия от бихевиоризма? Кто сформулировал впервые интеракционистский подход и в какой период это было?
- Опишите теорию равновесия Ф. Хайдера в системе «я-другой-третий», схематично отобразите ее в схемах в виде треугольников.
- Охарактеризуйте основные принципы теории когнитивного баланса (дисбаланса) и условия возникновения дисбаланса, поясните понятие «психологика» и отношения в т.н. треугольниках Хайдера, опишите положения теории Фестингера.
- В чем состоит основная суть теории удовлетворения потребностей А. Маслоу. Какие уровни потребностей вы можете назвать и как они выстроены в форме пирамиды? Отобразите это в схеме. Приведите примеры из современной рекламной практики и рекламных сообщений, телерекламных роликов, к каким группам и уровням потребностей в них обращаются?
- Коротко сформулируйте суть «Теории речевой деятельности» Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева. Какова при этом роль мотива и цели?
- Опишите известные вам коммуникативные барьеры и средства их преодоления
- Что понимается под коммуникативной стратегией и тактикой? Какие виды стратегий вы знаете? Какие основные факторы определяют речевые тактики?

Тема 7. Специальная, деловая, публичная коммуникация (форма проведения — семинар).

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Какова специфика и условия применения деловой коммуникации? Что ее отличает?
- Опишите и назовите известные вам виды деловой коммуникации и некоторые ее формы. Перечислите и охарактеризуйте отличительные черты коммуникации в организации (обязательность контактов, конвенциональные ограничения, соблюдение формально-ролевых принципов и др.), определяющие практики делового взаимодействия. Как вы понимаете, что такое вертикальная и горизонтальная коммуникация в организациях. Приведите примеры и опишите некоторые формы деловой коммуникации: деловая беседа, деловые переговоры, совещания, пресс-конференции и др.
- Как строится деловая беседа? Из каких основных фаз она обычно состоит? В чем специфика деловой беседы по телефону? Приведите примеры синхронных и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

асинхронных деловых коммуникаций.

- Что характерно для публичной коммуникации? Приведите примеры публичной коммуникации, в рамках политической сферы, а также из области связей с общественностью в коммерческом секторе.
- Межкультурная коммуникация. Ее лингвистические и культурные аспекты.

Тема 8. Массовая коммуникация: характерные признаки и основные отличительные черты, функции (форма проведения — семинар и дискуссия).

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- В чем состоит сущность массовой коммуникации и ее отличительные черты? Перечислите и охарактеризуйте основные признаки массовой коммуникации (в интерпретации различных авторов): наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, соответствующие средства трансляции многоканальность и др. (регулярность, общедоступность, публичность, дистанционный характер передачи информации, институциональный характер и пр.) Опишите и охарактеризуйте каждый из этих признаков.
- Перечислите и кратко опишите функций массовой коммуникации, выделяемые различными отечественными и зарубежными авторами (в видении Б. Катля и А. Каде, Г. Лассуэла, А.А. Леонтьева и др.)
- Вопросы для самостоятельной подготовки к дискуссии: с распространением новых форм коммуникаций в Сети Интернет, отличительные признаки массовой коммуникации остаются прежними или некоторые из них видоизменить, какие стоит пересмотреть (в случае затруднения — например, такие как односторонний характер воздействия, одновременность воздействия на массы и др.)? Какие именно и в связи с чем? Поясните и аргументируйте свой ответ.

Раздел 3. Различные теории, подходы и исследовательские традиции изучения социальной и массовой коммуникации.

Тема 9. Зарождение представлений о «массе» и «массовом обществе», истоки изучения толпы и современные представления о коммуникации в ней (форма проведения — семинар и дискуссия)

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- К какому периоду относятся первые изучения и работы о «массовых проявлениях». Перечислите основных авторов.
- Чем различаются представления о «массе» в марксистской и немарксистской традиции. Раскройте толкования слов «масса» и «толпа», «публика» и «толпа», а также приведите характеристики толпы из известных вам работ Г. Тарда и Г. Лебона. Перечислите основные принципы законы подражания в обществе и поясните их роль в социуме согласно теории Г. Тарда.
- Обозначьте основные черты и специфику коммуникации в толпе.
- Какие виды толп вам известны? Назовите виды «действующей» толпы.

Вопросы для подготовки к дискуссии.

- Почему, на ваш взгляд, изучения поведения толпы, коммуникации в ней и управления ей актуальны в наше время? Приведите примеры недавних массовых выступлений. Какие проявления свойственны толпе в общем и в данном примере, который вы привели.

Тема 10. Критическая традиция («критика массового общества»). Концепция идеологии и СМИ (форма проведения — семинар).

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

- Перечислите основные характеристики массового общества. Каковы ведущие положения критики массового общества?
- Когда возникла Франкфуртская школа и с чьими именами она связана? Раскройте представления Т. Адорно, М. Хоркхаймера о массовом обществе и массовой культуре. Перечислите характерные черты массовой культуры и ее образцов, приведите примеры культурных, медиа-продуктов — образцов массовой культуры. Что понимается под термином «индустрии развлечений»? Какова роль рекламы и СМИ в массовом обществе?
- Каковы основные моменты критики современного буржуазного общества, которые формулируют представители данного подхода?
- Раскройте термин «преформирование потребностей», который использует Г. Маркузе в своей работе «Одномерный человек». Поясните смысл названия данного произведения и каково мнение данного автора о потреблении в современном ему обществе? Что относится к «ложным» и «истинным потребностям», и как формируются первые.
- Что такое «гегемония» и какими механизмами, по мнению А. Грамши, достигается «контргегемония», каково в этом процессе влияние СМИ и культурной элиты? Раскройте основные положения концепции идеологии и критической традиции исследования СМИ?
- Приведите примеры реализации механизмов, описанных в концепция «гегемонии» и «контргегемонии» А. Грамши в настоящее время?

Тема 11. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации.
(форма проведения — семинар) *Примечание:*

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

-Приведите основные отличия массовой коммуникации от других форм и видов коммуникации (по компонентам – аудитория, источник информации, канал передачи и пр.).

-Какие основные функции выполняют СМИ в обществе? (в т.ч. на уровне индивида и на уровне общества). Различаются ли они в зависимости от канала (радио, телевидение, Интернет и пр.)? А от жанра (например, ситуационные комедии и теленовости)?

Приведите примеры телеканалов и конкретных передач, выполняющий преимущественно какую-то одну из названных функций СМИ (например, информирование или развлечение).

-Раскройте основные понятия структурно-функционального подхода (статус, роль, функция и пр.). Поясните, что такое дисфункция наркотизации?

- Какова роль масс-медиа в трансляции культурных образцов, ценностей и норм?

П. Лазарсфельд, Р. Мертон, и др. о функциях СМИ. Какие функции по Н. Луману выполняют СМИ в современном обществе?

Тема 12. Семиологический подход к исследованию коммуникации. Массовая коммуникация с позиций семиотики. Процессы создания бренда, мода и потребление как знаковая деятельность (форма проведения — семинар и практическое занятие в интерактивной форме)

В рамках практического занятия студентам предлагается выполнить каждому самостоятельно ряд практических заданий и затем в форме дискуссии, обсуждения и интерактивной форме обсудить их результаты. Задания состоят в следующем: в материалах рекламы в глянцевых журналах определить различные типы знаков, выделить означаемое и означающее, а также составить краткое сообщение — доклад об истории появления и развития логотипа любой кампании на выбор студента. При ознакомлении с докладами тема изучается на практическом уровне с точки зрения приложения к направлению обучения, в тоже время интерактивная форма, активное участие и обсуждение способствуют повышению интереса к ней, также за счет освещения опыта различных кампаний позволяет значительно расширить знания с точки зрения имеющихся примеров и практик разработки логотипов.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

Вопросы и задания к теме:

- В чем состоит специфика семиологического подхода к исследованию коммуникации? Какие направления семиотики вам известны? Какие основные термины используются в рамках семиологического подхода? Что такое знак? Назовите и охарактеризуйте основные типы знаков. Приведите примеры их использования в рекламе, ПР, пропаганде.
- Определить означающее, означаемое и знак в рекламе иллюстрированных журналов (понимая рекламное сообщение как целостное, состоящее из текста, фона, цвета, используемой модели, ее позы и пр.)
- Определить тип используемых в рекламном тексте и тексте политической агитации знаков (икона, индекс, символ).
- Почему процесс потребления, а также феномены модного поведения и престижного потребления можно рассматривать как знаковую деятельность? В чем именно это проявляется, приведите примеры.
- В силу каких причин при разработке логотипов и фирменных знаков в настоящее время все чаще прибегают к знаниям из области семиотики? Приведите примеры удачной разработки, использования знаков и символов в брендинге, фирменном стиле.
- Составьте краткий доклад (устное изложение в рамках 3-4 -5-7 минут) о появлении, разработке и видоизменении различных логотипов кампаний по следующим пунктам: время, история и контекст появления логотипа, его изменение со временем и причины трансформации, типы знаков и символов, используемых в нем и их интерпретации в различных культурах.

Раздел 4. Концепции постиндустриального, информационного общества и теории глобализации. Новые виды и формы коммуникации в Интернете.

Тема 13. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе (форма проведения — семинар).

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Как определяются понятия «модерн» и «постмодерн»? Если они понимаются как общества определенной эпохи, какие черты для них характерны? С чем связано начало этих эпох, с какими событиями и ведущими процессами?
- Охарактеризуйте основные отличительные черты общества, культуры и СМИ в эпоху постмодерна. Как вы можете пояснить такие характеристики как «мозаичность» и «эклектичность».
- Приведите примеры из произведений, культурных и медиа-продуктов, транслируемых СМИ, которые имеют эти черты.

Тема 14. Понятие и концепции информационного и глобального общества (форма проведения — семинар и дискуссия)

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Каковы основные признаки «Информационного общества». Как вы можете определить этот термин? Когда и в связи с чем он возник? Как соотносятся понятия «информационное общество» и «постиндустриальное»? Что такое информационные войны?
- В чем, на Ваш взгляд, состоит суть метафоры М. Маклюэна о «глобальной деревне»? Каковы основные вехи развития глобальной коммуникации? Что понимает данный автор под «холодными» и «горячими» средствами коммуникации? Приведите примеры.
- Опишите три эпохи («волны») в развитии цивилизации по версии Э. Тоффлера. Что характерно для последней, постиндустриальной или информационной волны? Перечислите основные признаки постиндустриальной эпохи согласно Д.Беллу. Что ее отличает от

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

предыдущей, индустриальной?

Вопросы для подготовки к дискуссии.

- Как вы думаете, почему М. Кастельс использует термин «информационная» экономика и что он означает?
- Почему и в связи с чем современное общество называют «сетевым». Приведите примеры и покажите роль сетевых структур, организаций и коммуникаций в настоящее время.

В рамках самостоятельной предварительной подготовки к дискуссии предлагается изучить и проанализировать, а затем в дискуссионной форме обсудить следующие основные вопросы:

- риски, проблемы и угрозы информационного общества;
 - понятие «информационной безопасности», угрозы информационной безопасности для личности, организации и государства;
 - понятие «информационных войн» и средства их ведения.

Тема 15. Новые виды и формы коммуникации в современном обществе (форма проведения — семинар и дискуссия)

Вопросы по темам раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения).

- Охарактеризуйте особенности Интернет-коммуникации по сравнению с традиционными СМИ (радио, телевидение, печать).
- Перечислите и охарактеризуйте средства и каналы современной глобальной коммуникации.
- В чем состоит специфика новейших форм коммуникации (форумы, блоги, социальные сети)?
- Перечислите новейшие теории социальных медиа и известных вам ведущих авторов в этой сфере.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Тематика контрольных работ (примерные вопросы контрольных работ)

Контрольная №1 «История развития, виды, формы, модели коммуникации»

- История развития коммуникации: основные вехи и коммуникационные революции.
- Виды и формы коммуникации.
- Различные модели коммуникативного акта.

Контрольная №2 «Различные подходы к изучению МК. СМИ в условиях постмодерна и информационного общества»

- Специфика структурно-функционального подхода и функции масс-медиа в обществе.
- Особенности семиотического подхода к изучению МК, рекламы и ПР.
- СМК с точки зрения критической традиции (Франкфуртской школы), ее представители о потреблении, СМИ и рекламе.
- СМИ в эпоху постмодерна. Понятие и признаки «информационного общества».

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

Интернет как условие и фактор существования информационного общества.

Цель проведения контрольных работ: оценка знаний о моделях, видах и истории, а также специфике подходов к изучению коммуникации.

Требования по оформлению контрольной работы: пишется на листах формата А4 с нумерацией страниц и указанием № варианта и фамилии студента.

Тема реферата

История появления и изменения логотипа (на примере известной компании или бренда) и его символика. (*Примечание: количество тематик рефератов – выбор логотипа конкретного бренда - соответствует числу обучающихся в группе студентов.*)

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

- 1 Понятие коммуникации. Обзор видов и форм (различные классификации).
- 2 Признаки и характерные черты массовой коммуникации.
- 3 История развития коммуникации: основные вехи и коммуникационные революции.
- 4 Появление и становление печати как средства массовой информации
- 5 Появление и становление радио- телевидения как массовых каналов коммуникации.
- 6 Представления о коммуникативном акте и его компонентах К. Шеннона-У. Уивера (понятие шума и избыточности, энтропии и негэнтропии), М. Де Флюера.
- 7 Модель коммуникации Р. Якобсона, М. Бахтина, М. Маклюэна, Матурана и др.
- 8 Классическая (из пяти компонентов) и расширенная модель коммуникации Г. Лассуэла.
- 9 Причины академического изучения процессов массовой коммуникации и появления прикладных исследований (1920-1940 гг. в США).
- 10 Представления Г. Лассуэла о пропаганде (тезисы работы «Техника пропаганды в мировой войне»). «Атомарный» подход к изучению влияния СМИ (основные характеристики массы как аудитории).
- 11 Модель «лидеров мнений». Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда (исследование электорального поведения и его результаты в книге «Выбор народа»).
- 12 Критика модели «лидеров мнений» и ее развитие в модель многоступенчатой коммуникации. Примеры исследований в рамках этой модели и их результаты (М. Янович и Э. Шилз, У. Шрамм).
- 13 Модель коммуникации У. Шрамма (представление об обратной связи). Циклическая (циркулярная модель).
- 14 Теория диффузии (распространения) инноваций Э. Роджерса.
- 15 Теория информационных барьеров К. Левина.
- 16 Спираль молчания Э. Ноэль-Нойман.
- 17 Вербальная коммуникация. Факторы и функции речевой коммуникации в работах Р. Якобсона и др. авторов. Язык и речь. Коммуникативная ситуация. Виды речи (внутренняя и внешняя, устная и письменная).
- 18 Формы устноречевой коммуникации: монолог, диалог, полилог. Виды устноречевой коммуникации - говорение и слушание.
- 19 Формы письменной коммуникации - письмо (написание) и чтение.
- 20 Невербальная (неречевая) коммуникация: обзор основных средств.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

- Паралингвистические средства, просодические и экстралингвистические компоненты.
- 21 Жесты, жестовые движения, мимика и их роль, значения в невербальной коммуникации. Различные виды и классификации жестов
 - 22 Невербальная коммуникация: окулесика, визуальный контакт (в т.ч. виды взглядов); такесика.
 - 24 Проксемика (дистанции, зоны, ориентация и угол общения). Организация пространства и времени коммуникации и их значение как самостоятельных факторов в коммуникации
 - 25 Межличностная коммуникация и общение в малых группах. Малая группа: определения, черты и отличительные признаки.
 - 26 Межличностная коммуникация и общение в малых группах. Виды малых групп и их характеристики.
 - 27 Межличностная коммуникация, общение в малых группах: подходы и теории. Теория речевой деятельности (Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева). Бихевиоризм. Символический интеракционизм (Д.Г. Мид и др.).
 - 28 Теории когнитивного равновесия, баланса (Ф. Хайдера, Фестингера и др.) и мотивационные теории удовлетворения потребностей (А. Маслоу).
 - 29 Деловая коммуникация: специфика, виды, формы. Коммуникации в организации (основные условия) и отличительные черты деловой коммуникации.
 - 30 Вертикальная и горизонтальная коммуникация в организациях. Некоторые примеры и формы деловой коммуникации (деловая беседа, деловые переговоры, пресс-конференции и др.)
 - 31 Немарксистские теории коммуникации. Традиции изучения массового общества, характеристики массового общества. Концепции Г. Тарда и Г. Лебона (в т.ч. представления Г. Тарда и Г. Лебона о толпе, о роли подражания в обществе).
 - 32 Понятие толпы, классификации, типы толп
 - 33 Особенности коммуникации в толпе. Управление толпой. Типы лидеров
 - 34 Критика массового общества (Франкфуртская школа). Взгляды представителей Франкфуртской школы - М. Хоркхаймер, Т. Адорно (понятие индустрии культуры). Г. Маркузе о массовой коммуникации, рекламе, потреблении.
 - 35 Особенности структурно-функционального подхода к массовой коммуникации. Основные функции массовой коммуникации в обществе (включая функции на уровне индивида, функции на уровне общества).
 - 36 Функции массовой коммуникации, выделяемые разными авторами (Г. Лассуэл, Мертон, Н. Луман). Понятие функции и дисфункции. Дисфункция наркотизации.
 - 37 Работа и теория Н. Лумана «Реальность масс-медиа» (конструктивистский подход)
 - 38 Семитический подход к изучению коммуникации (специфика и основные понятия – означаемое и означающее).
 - 39 Типы и классификации знаков.
Мода, потребление как символическая практика. Реклама как знаковая коммуникация. Ж. Борияр о потреблении и рекламе, симуляции и симулякрах.
 - 40 История использования символов, появление демонстративного поведения.
 - 41 Фирменный стиль и его основные элементы (логотип, его форма, фирменный цвет и др.) с позиций семиотики. Примеры разработки удачных логотипов с точки зрения значений их форм, цветов.
 - 42 Теории постиндустриального и информационного общества. Концепция Д. Белла (черты постиндустриального общества)
 - 43 Работы и взгляды М. Маклюэна (в т.ч. значение тезиса о глобальной деревне, классификация истории по ведущему коммуникативному каналу, роль телевидения).
 - 44 Концепция «Трех волн» Э. Тоффлера (аграрная, индустриальная и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины		

- постиндустриальная волны). Черты постиндустриальной, информационной эпохи.
- 45 Время появления термина и признаки информационного общества. Взгляды на И.О. западных и отечественных ученых (выделение характерных черт).
- 46 М. Кастельс об «информациональной» экономике, обществе и культуре в условиях глобального информационного общества.
- 47 П. Вирилио о глобализации и развитии «теленаблюдения»
- 48 Основные этапы формирования глобальной коммуникации.
- 49 История появления Интернета, основные вехи развития.
- 50 Формы коммуникации в Интернете: форумы, блоги.
- 51 Формы коммуникации в Интернете: социальные сети.
- 52 Новейшие теории социальных медиа (Х. Хьюитт, Д. Гилмор, Г. Рейнгольд, А.В. Попов и др.)

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Названия тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Понятие коммуникации, обзор ее различных видов и подходов к изучению	Подготовка к семинарскому занятию, Проработка учебного материала	4	Контроль знаний в уст. форме
2. История и этапы развития коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к дискуссии, составление доклада	6	Заслушивание докладов, участие в дискуссии
3. Модели коммуникации, компоненты коммуникативного акта в разн. моделях	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к дискуссии, Подготовка к контрольной работе	6	участие в дискуссии, проверка контр. работ
4. Вербальная коммуникация: виды и формы	Подготовка к семинарскому занятию, Проработка учебного материала	6	Контроль знаний в уст. форме
5. Невербальная коммуникация: обзор основных средств и компонентов	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка к практическому занятию - тренингу	6	Контроль знаний в уст. форме, проведение тренинга
6. Межличностная коммуникация, общение в малых группах	Подготовка к семинарскому занятию, Проработка учебного материала	6	Контроль знаний в уст. форме
7. Специальная, деловая, публичная коммуникация.	Подготовка к семинарскому занятию, Проработка учебного материала	6	Контроль знаний в уст. форме
8. Массовая коммуникация: характерные признаки и основные отличительные черты, функции	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к дискуссии. Подготовка к контрольной работе	6	участие в дискуссии, проверка контр. работ
9. Зарождение представлений о «массе» и «массовом обществе», истоки изучения толпы и современные представления о коммуникации ней	Подготовка к семинарскому занятию подготовка к дискуссии, Проработка учебного материала	6	Контроль знаний в уст. форме, проведение дискуссии
10. Критическая традиция. Концепция идеологии СМИ	Подготовка к семинарскому занятию, Проработка учебного материала	6	Контроль знаний в уст. форме
11. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, Проработка учебного материала	4	Контроль знаний в уст. форме

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф- Рабочая программа дисциплины			
12. Семиологический подход к исследованию коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий, составление доклада	6	Заслушивание доклада, проверка практ. заданий
13. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе.	Подготовка к семинарскому занятию, Проработка учебного материала	4	Контроль знаний в уст. Форме
14. Понятие и концепции постиндустриального, информационного общества, глобализации СМИ	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к дискуссии. Подготовка к контрольной работе	4	участие в дискуссии, проверка контр. работ
15. Новые виды и формы коммуникации в современном обществе.	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка к дискуссии. Подготовка к экзамену	6	Участие в дискуссии

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная

1. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510671>
2. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511855>

дополнительная

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511672>
2. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью : модели, технологии, синергетический эффект / Гринберг Т. Э. - Москва : Издательство Московского государственного университета, 2012. - 324 с. - ISBN 978-5-211-06399-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211063990.html>
3. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации : учебное пособие для вузов / В. В. Собольников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05922-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515610>
4. Социальная коммуникация в современном мире : учебное пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Е. В. Кузьмина, Н. Ю. Кремнева, Н. В. Гончарова [и др.]; под ред. Е. В. Кузьминой ; УлГУ, ФКИ. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Текст : электронный. - URL : <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1600>

учебно-методическая

1. Кузьмина Е. В. Основы теории коммуникаций : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Е. В. Кузьмина; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 346 КБ). - Текст : электронный. - URL : <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8235>

Согласовано:

Главный библиотекарь
Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.
ФИО

подпись

дата

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс

Система «Антиплагиат.ВУЗ»

Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»

ОС Microsoft Windows

Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Вышая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий
Должность: инженер УИПТ

/ Щуренко Ю.В.
0000



/ 19.05.2023
2023

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*).

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащённости образовательного процесса, размещёнными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об образовательной организации».

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ СОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей



Разработчик

доцент Кузьмина Е.В.