Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
Паршина А.А.

Основы теории коммуникации

рабочая программа дисциплины (модуля)

Учебный план	42.03.01_ОФО_2023.plx 42.03.01 Реклама и связи с общественностью		
Квалификация	**бакалавр**		
Форма обучения	**очная**		
Общая трудоемкость	**4 ЗЕТ**		
Часов по учебному плану		144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачеты 2
аудиторные занятия		48	
самостоятельная работа		95,9	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)		0,1	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**2 (1.2)**		Итого	
Недель	17 1/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Иная контаткная работа	0,1	0,1	0,1	0,1
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,1	48,1	48,1	48,1
Сам. работа	95,9	95,9	95,9	95,9
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):
к.э.н., Доцент, Левчук Валерия

Рецензент(ы):
к.фил.н., Доцент, Дышекова О.В.

Рабочая программа дисциплины
Основы теории коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Гуманитарные и социально-экономические дисциплины

Протокол от 31.05.2023 г. № 10

Зав. Кафедрой Гайломазова Е.С.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	- овладение базовыми представлениями из области теории коммуникации в
1.2	целом;
1.3	- изучить основные направления теории коммуникацией, основные модели,
1.4	термины,
1.5	- категориальный аппарат;
1.6	- овладеть коммуникативной компетентностью;
1.7	- анализировать различные уровни коммуникаций: межличностный, в группе,
1.8	массовый;
1.9	-изучить виды коммуникации;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Математика
2.1.2	Социология
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Профессионально-ознакомительная практика
2.2.2	Теория и практика массовой информации
2.2.3	Технологии рекламной деятельности
2.2.4	Политология
2.2.5	Правовое регулирование рекламно-коммуникационной деятельности
2.2.6	Профессионально-творческая практика
2.2.7	Психология массовых коммуникаций
2.2.8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.9	Преддипломная практика

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:
3.1 Знать
основные теоретические подходы к теории коммуникации, структуру, функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса, виды, средства, формы и методы коммуникации; особенности социального и информационного пространства в пределах коммуникационных кампании и мероприятий; закономерности развития коммуникационных процессов в современном обществе;
3.2 Уметь
отбирать и систематизировать элементы и средства коммуникаций; использовать средства массовой информации и общественное мнение при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; создавать коммуникативные продукты в соответствии с требованиями ситуации общения и цели коммуникации в области связей с общественностью и рекламы.
3.3 Владеть
навыками применения средств и методов основ теории коммуникаций; навыками исследования содержания коммуникации
ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
систему общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития
частично систему общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития
свободно систему общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития
применять знания о системе общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития
частично применять знания о системе общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития
свободно применять знания о системе общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития

знаниями о системе общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития
частично знаниями о системе общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития
свободно знаниями о системе общественных и государственных институтов,механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
частично тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
свободно тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
частично учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
свободно учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
знаниями о тенденциях развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
частично знаниями о тенденциях развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью
свободно знаниями о тенденциях развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью

ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника-ционных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы
частично методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы
свободно методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы
применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы
частично применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы
свободно применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы
методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы
частично методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы
свободно методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественность с учетом специфики коммуникационных процесоов и механихмов функционирования медиакоммуеникационной системы

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Тема 1.Понятие и основные элементы коммуникации. /Тема/	2	0				
1.2	Понятие кммуникации. Коммуникация и общение. Признаки коммуникации. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		

1.3	Развитие средств коммуникации. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.4	Коммуникационные революции. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.5	Тема 2. Теория и современные теоретические концепции коммуникаций /Тема/	2	0				
1.6	Модели общения. Разновидноти общения. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.7	Особенности межличностной и массовой коммуникации. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.8	Функции языка и речи. Теории реевых актов и речевых жанров. /Ср/	2	3	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.9	Тема 3. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации /Тема/	2	0				
1.10	Истоки и основные этапы развития теории коммуникации. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.11	Современные концепции коммуникации. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.12	Методологические основы коммуникации. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.13	Тема4.Уровни коммуникации. /Тема/	2	0				
1.14	Понятие об уровнях коммуникации. Семиотический, лингвистический уровни коммуникации. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.15	Металингвистический, паралингвистический, синтетический уровни. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.16	Коммуникативные средства каждого из уровней коммуникации. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.17	Тема 5. Коммуникации с точки зрения субъекта коммуникации. /Тема/	2	0				
1.18	Субъектно- субъектный характер коммуникации. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.19	Проблема субъективности. Ключевые подходы к пониманию субъекта. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.20	Антропоцентризм и трансгуманизм в понимании субъекта. Социальный субъект и субъект коммуникации. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.21	Тема 6. Вербальная и невербальная коммуникация. /Тема/	2	0				
1.22	Вербальные средства коммуникации. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		

1.23	Невербальные средства коммуникации. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.24	Условия эффективной организации вербального общения. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.25	Тема 7. Межличностная коммуникация. /Тема/	2	0				
1.26	Специфика межличностной коммуникации. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.27	Типы межличностного общения. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.28	Основные элементы межличностной коммуникации. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.29	Тема 8.Коммуникация в различных сферах социальной жизни. /Тема/	2	0				
1.30	Коммуникации в экономике, политике, управлении, культуре, социальной сфере. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.31	Социальные коммуникации. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.32	Специфика коммуникаций в различных сферах социальной жизни. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.33	Тема 9. Коммуникация в группа. /Тема/	2	0				
1.34	Коммуникация в малых группах. Основные особенности и отличительыные черты малых групп. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.35	Разновидности малых груп. их специфика. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.36	Коммуникационная структура группы. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.37	Тема 10. Коммуникация в организациях. /Тема/	2	0				
1.38	Деловая коммуникация. Коммуникация как функция управления организацией. Характеристики внешней среды. /Лек/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.39	Коммуникации в организации: комплексный подход. /Пр/	2	4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.40	Эффективность коммуникативных процессов и эффективность управления организацией. /Ср/	2	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.41	Тема11.Межкультурная коммуникация. /Тема/	2	0				
1.42	Межкультурная коммуникация как теоретическая и прикладная дисциплина. /Лек/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.43	Энкультурация и социализация. Кросскультурные (межкультурные) исследования. Типологии культур. /Пр/	2	4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.44	Модели коммуникации. Теория коммуникативного приспособления. /Ср/	2	20	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		

1.45	Тема 12. Теоретические аспекты рекламной коммуникации. /Тема/	2	0				
1.46	Определение рекламной коммуникации. /Лек/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.47	Система рекламной коммуникации. /Пр/	2	4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.48	Сегментная реклама. /Ср/	2	15,9	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.49	Тема 13. Психология и эффективность коммуникации. /Тема/	2	0				
1.50	Понятие успешной коммуникации. /Лек/	2	1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.51	Личностные факторы коммуникации. Ситуационные факторы коммуникации. /Пр/	2	2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.52	Возникновение межкультурных конфликтов. /Ср/	2	10,1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.53	/ИКР/	2	0,1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.54	/Зачёт/	2	1,9	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1.Объект, предмет и методологический базис теории коммуникации.
2. Понятие объект и виды теории коммуникации, соотношение теории коммуникации с теорией журналистики.
3.Общая теория коммуникации, общая теория социальной коммуникации, общая теория биокоммуникации, частнонаучные теории коммуникации.
4.Основные цели и функции коммуникации: инструментальная, синдикативная, функция самовыражения, трансляционная.
5.Теоретические концепции коммуникации. Семиотическая концепция. Критические социальные теории коммуникаций. Информационный подход.
6.Системно-кибернетический, драматургический, спектрально-диалектический, символический интеракционизм подходы к коммуникациям. Когнитивные подходы.
7.Функции теории коммуникации: познавательная, методологическая, прогностическая, инструментальная
8.Современные концепции коммуникации (системные, кибернетические, информационные, семиотические, интерпретативные, интеракционистский, критический).
9.Специфика законов теории коммуникации: их объективный и всеобщий характер; делятся на динамические и статистические; действуют в совокупности с другими социальными и природными законами.
10.Интегративный характер и истоки теории коммуникации.
11. Основные этапы развития теории коммуникации
12.Теория коммуникативной личности. Коммуникативные барьеры. Коммуникации в группах
13.Понятие субъекта коммуникации: адресант и адресат
14.Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта.
15.Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию.
16.Понятие аудитории, ее виды. Целевая аудитория.
17. Понятие «организация». Отличия организации от других систем: цель и иерархия.
18.Коммуникация как функция управления организацией.
19.Особенности внутренних коммуникаций в организации. Виды и формы коммуникаций в организации
20. Понятия, основные теории, формы и виды межкультурной коммуникации.
21.Культура и межкультурная коммуникация. Уровни межкультурной коммуникации.
22.Межкультурная коммуникация в больших группах: этнический и национальный уровни.
23.Основные элементы коммуникационного процесса: производство, мультипликация, распространение, прием, распознавание, использование информации
1.Структуралистский анализ коммуникаций

2.Единицы вербальной коммуникации. Семиотические характеристики слова как основной единицы языка. Семантическая структура слова. Язык и коммуникация. 3.Возможности вербального воздействия на аудиторию
4.Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации. 57.Типы соотношений вербальной и невербальной коммуникации: усиление, противоречие, параллельная информация..
5.Эффекты и общие закономерности восприятия в межличностной коммуникации.
6.Психологические особенности участников коммуникации: влияние самооценки; проецирование; эффект ореола; стереотипизация.
7.Эксперименты по изучению коммуникационной структуры группы.
8.Виды коммуникационных связей: их особенности.
9.Движение информации по коммуникационным каналам организации: горизонтальное и вертикальное направление.
10.Склонность вертикального канала, передающего информацию снизу вверх, искажать ее в направлении, уменьшающем вероятность получения наказания и увеличивающем вероятность получения вознаграждения.
11.Эффективность коммуникационных каналов организации. Информационная дисфункция как отклонение от заданных организацией параметров скорости и адекватности.
12.Культурная экспансия, культурная диффузия, культурный конфликт как формы межкультурной коммуникации.
13.Психологические компоненты коммуникации.
14.Закономерности общения людей. Структура и виды общения.
15.Понятие эффективности коммуникации. Влияние процесса коммуникации на ее эффективность.
16.Барьеры коммуникации – психологические, социальные, когнитивные, физические, языковые и пути их преодоления.
17.Конкретные (специализированные) методы исследования коммуникации
18.Методы теории коммуникации: общенаучные (моделирование, системно-структурный подход, сравнительно-исторический метод) и частнонаучные (контент-анализ, интент-анализ, дискурс-анализ, метод социометрии и др.) методы..
19.Методологические подходы, применяемые в теории коммуникации – процессно-информационный, семиотический.

5.2. Темы письменных работ

1.Основные подходы к пониманию сущности коммуникации - философский, психологический, технологический. Механистический и деятельностный подходы к коммуникации.
2.Понятие и типология коммуникативного действия. Понятие коммуникативного акта. Типология коммуникативных актов.
3.Социальная коммуникация в ряду смежных категорий: коммуникация, информация, перцепция, интеракция, речевая деятельность
4.Коммуникация как процесс социального взаимодействия людей, взятый в своей знаковой форме. Потребительные и знаковые свойства предметов.
5.Системность коммуникации. Виды коммуникативных систем.
6.Коммуникации в организациях. Массовая коммуникация.
7.Внутриличностная и межличностная коммуникация.
8.Коммуникативный акт – минимальная единица взаимодействия субъектов коммуникации (диалогическое единство).
9.Коммуникативная установка, коммуникативное намерение (интенция), коммуникативная цель.
10.Коммуникативная стратегия и тактика, их составляющие.
11. Специфика вербальной коммуникации, понятие, виды, природа, структура, особенности
12.Невербальная коммуникация: понятие, виды, природа, структура, особенности.
13.Понятие межличностной коммуникации. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.
14.Специфика межличностной коммуникации: обмен сообщениями между небольшим числом людей; непосредственное взаимодействие; личностно ориентированное взаимодействие.
15.Маркетинговые коммуникации. Коммуникационный менеджмент.
16.Коммуникации в кризисных ситуациях. Понятие коммуникации в информационном обществе
17.Политические коммуникации. Понятие политической коммуникации. Структура, средства, модели. Электоральная политическая коммуникация..
18.Педагогические коммуникации. Особенности научных коммуникаций. 68.Специфика коммуникации в религиозной идеологии и культе.
19.Специфика Интернет-коммуникации. Социокультурные особенности коммуникации в сетевых сообществах.
20.Коммуникации в корпоративной деятельности. Структура и функции коммуникации в обществе.
21.Массовая коммуникация: вкусы, организованное социальное действие, структура, функции , эффективность массовой коммуникации.
22Телевидение – робкий гигант. Сообщения и значения. Медиа и демократия: переосмысление
23.Публичная коммуникация: формы и жанры.
24.Понятия, виды, функции, структура и динамика коммуникации в малой группе.
25.Рекламная коммуникация: понятие, генезис, актуальные характеристики. Типология рекламной коммуникации.
26.Реклама в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций.
1.Структуралистский анализ коммуникаций
2.Единицы вербальной коммуникации. Семиотические характеристики слова как основной единицы языка. Семантическая структура слова. Язык и коммуникация. 3.Возможности вербального воздействия на аудиторию
4.Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации. 57.Типы соотношений вербальной и невербальной коммуникации: усиление, противоречие, параллельная информация..
5.Эффекты и общие закономерности восприятия в межличностной коммуникации.
6.Психологические особенности участников коммуникации: влияние самооценки; проецирование; эффект ореола;

стереотипизация.
7.Эксперименты по изучению коммуникационной структуры группы.
8.Виды коммуникационных связей: их особенности.
9.Движение информации по коммуникационным каналам организации: горизонтальное и вертикальное направление.
10.Склонность вертикального канала, передающего информацию снизу вверх, искажать ее в направлении, уменьшающем вероятность получения наказания и увеличивающем вероятность получения вознаграждения.
11.Эффективность коммуникационных каналов организации. Информационная дисфункция как отклонение от заданных организацией параметров скорости и адекватности.
12.Культурная экспансия, культурная диффузия, культурный конфликт как формы межкультурной коммуникации.
13.Психологические компоненты коммуникации.
14.Закономерности общения людей. Структура и виды общения.
15.Понятие эффективности коммуникации. Влияние процесса коммуникации на ее эффективность.
16.Барьеры коммуникации – психологические, социальные, когнитивные, физические, языковые и пути их преодоления.
17.Конкретные (специализированные) методы исследования коммуникации
18.Методы теории коммуникации: общенаучные (моделирование, системно-структурный подход, сравнительно-исторический метод) и частнонаучные (контент-анализ, интент-анализ, дискурс-анализ, метод социометрии и др.) методы..
19.Методологические подходы, применяемые в теории коммуникации – процессно-информационный, семиотический.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине включает:

1) оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:
- устный и письменный опрос,
- собеседование,
- реферативное задание,
- тестовое задание,
- контрольная работа,

2) оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме: контрольных вопросов и заданий для зачета.

5.4. Перечень видов оценочных средств

- экзамены;
-зачеты;
-решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Паршукова Г. Б.	Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017

6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
46\2	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 15 шт., стул – 30 шт., доска – 1 шт.,		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	

	консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации				

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические/семинарские) и самостоятельной работы студентов. Практические/семинарские занятия дисциплины могут проводиться в различных формах с целью оценки достижения компетенций.

Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:

- повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;
- ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);
- ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины или с электронными материалами, предложенными лектором;
- записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.

Подготовка к практическим (семинарским) занятиям:

- внимательно прочитать материал лекций, относящихся и к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины;
- подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные для обсуждения;
- выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме;
- понять, что осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее;
- готовиться к практическим/семинарским занятиям можно как индивидуально, так и в составе малой группы;
- рабочую программу учебной дисциплины необходимо использовать в качестве основного ориентира в организации обучения;

Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем и тематикой письменных работ, а также методическими рекомендациями по их выполнению;
- перечнем вопросов (вопросов к зачету).