

**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_ЗФО_2023.plx 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Квалификация	<b>бакалавр</b>	
Форма обучения	<b>заочная</b>	
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля на курсах:
в том числе:		зачеты 1
аудиторные занятия	6	
самостоятельная работа	136	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0,1	
часов на контроль	1,9	

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	2	2	2	2
Иная контактная работа	0,1	0,1	0,1	0,1
Итого ауд.	6	6	6	6
Контактная работа	6,1	6,1	6,1	6,1
Сам. работа	136	136	136	136
Часы на контроль	1,9	1,9	1,9	1,9
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
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Математика
2.1.2	Социология
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
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:
<b>3.1 Знать</b>
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;
<b>3.2 Уметь</b>
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.
<b>3.3 Владеть</b>
навыками применения средств и методов основ теории коммуникаций; навыками исследования содержания коммуникации
<b>ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>
<b>ОПК-2.1: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</b>
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
<b>ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</b>
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**

<b>ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</b>
методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
частично методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
свободно методику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
частично применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
свободно применять методы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
частично методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы
свободно методами профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационной системы

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1.</b>						
1.1	Тема 1. Понятие и основные элементы коммуникации. /Тема/	1	0				
1.2	Понятие коммуникации. Коммуникация и общение. Признаки коммуникации. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		

1.3	Коммуникационные революции. Развитие средств коммуникации. /Ср/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.4	Тема 2. Теория и современные теоретические концепции коммуникаций /Тема/	1	0				
1.5	Модели общения. Разновидности общения. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.6	Функции языка и речи. Теории речевых актов и речевых жанров. /Ср/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.7	Этапы развития теории коммуникации. /Тема/	1	0				
1.8	Истоки и основные этапы развития теории коммуникации. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.9	Современные концепции коммуникации. /Пр/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.10	Методологические основы коммуникации. /Ср/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.11	Тема4. Уровни коммуникации. /Тема/	1	0				
1.12	Понятие об уровнях коммуникации. Семиотический, лингвистический уровни коммуникации. /Лек/	1	0,5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.13	Металингвистический, паралингвистический, синтетический уровни. Коммуникативные средства каждого из уровней коммуникации. /Ср/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.14	Тема 5. Коммуникации с точки зрения субъекта коммуникации. /Тема/	1	0				
1.15	Субъектно- субъектный характер коммуникации. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.16	Проблема субъективности. Ключевые подходы к пониманию субъекта. Антропоцентризм и трансгуманизм в понимании субъекта. Социальный субъект и субъект коммуникации. /Ср/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.17	Тема 6. Вербальная и невербальная коммуникация. /Тема/	1	0				
1.18	Вербальные средства коммуникации. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.19	Невербальные средства коммуникации. /Пр/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.20	Условия эффективной организации вербального общения. /Ср/	1	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.21	Тема 7. Межличностная коммуникация. /Тема/	1	0				

1.22	Специфика межличностной коммуникации. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.23	Типы межличностного общения. Основные элементы межличностной коммуникации. /Ср/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.24	Тема 8. Коммуникация в различных сферах социальной жизни. /Тема/	1	0				
1.25	Коммуникации в экономике, политике, управлении, культуре, социальной сфере. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.26	Социальные коммуникации. /Пр/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.27	Специфика коммуникаций в различных сферах социальной жизни. /Ср/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.28	Тема 9. Коммуникация в группах. /Тема/	1	0				
1.29	Коммуникация в малых группах. Основные особенности и отличительные черты малых групп. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.30	Разновидности малых групп. их специфика. /Пр/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.31	Коммуникационная структура группы. /Ср/	1	10	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.32	Тема 10. Коммуникация в организациях. /Тема/	1	0				
1.33	Деловая коммуникация. Коммуникация как функция управления организацией. Характеристики внешней среды. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.34	Коммуникации в организации: комплексный подход. /Пр/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.35	Эффективность коммуникативных процессов и эффективность управления организацией. /Ср/	1	5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.36	Тема 11. Межкультурная коммуникация. /Тема/	1	0				
1.37	Межкультурная коммуникация как теоретическая и прикладная дисциплина. /Лек/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.38	Этнология и социализация. Кросскультурные (межкультурные) исследования. Типологии культур. /Пр/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.39	Модели коммуникации. Теория коммуникативного приспособления. /Ср/	1	20	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.40	Тема 12. Теоретические аспекты рекламной коммуникации. /Тема/	1	0				
1.41	Определение рекламной коммуникации. /Лек/	1	0,5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.42	Система рекламной коммуникации. /Пр/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		

1.43	Сегментная реклама. /Ср/	1	15,9	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.44	Тема 13. Психология и эффективность коммуникации. /Тема/	1	0				
1.45	Понятие успешной коммуникации. /Лек/	1	0,5	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.46	Личностные факторы коммуникации. Ситуационные факторы коммуникации. /Пр/	1	0,25	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.47	Возникновение межкультурных конфликтов. /Ср/	1	10,1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.48	/ИКР/	1	0,1	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-5.1	Л1.1Л2.1		
1.49	/Зачёт/	1	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. 5. 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, исказить 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; лично 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 культуре.
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.
22. Телевидение – 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, исказить 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 консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	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	

## 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).