

Аннотация дисциплины Б.1.1.14 Дисциплина. Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

Дисциплина "Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях" направления подготовки "42.03.01 Реклама и связи с общественностью".

Дисциплина изучается в 2, 3 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 324/9 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме балльно-рейтинговый контроль, экзамен.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
2. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
3. ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Предмет коммуникации, объект коммуникации, междисциплинарный характер коммуникации.
2. Законы теории коммуникации.
3. Наука как форма человеческой деятельности, связанная с выработкой и теоретической систематизацией объективных знаний о действительности, ориентирована на открытие и формулирование законов природы и общества.
4. Ораторское искусство как средство развития коммуникации.
5. История коммуникации в рекламе
6. Современные теории коммуникации: бихевиоризм, персонализм, экзистенциализм.
7. Системы общественных и государственных институтов.
8. Язык как естественный вид коммуникации.
9. Семиотика — наука о знаках. Знак. Индексальные знаки. Иконические знаки. Символические знаки.
10. Соотношение языка и речи
11. Понятие невербальной коммуникации.
12. Соотношение вербальной и невербальной коммуникации
13. Пара и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Мимика. Жесты.
14. Организация пространства и времени коммуникативного процесса. Позы и походка. Контакт глаз
15. Особенности массовой коммуникации.

16. Понятие межличностной коммуникации.
17. Речевое и неречевое поведение в межличностной коммуникации
18. Чувства и эмоции как коммуникативные действия.
19. Особенности коммуникации в малых группах.
20. Понятие малой группы. Виды малой группы: диада, триада и др. Верхний предел группы.
21. Массовая коммуникация - процесс распространения информации, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории.
22. Теории массовой коммуникации.
23. Основы подготовки текстов рекламы.
24. Коммуникация как функция управления рекламной организацией.
25. Особенности внутренних коммуникаций в организации. Виды коммуникаций в организациях.
26. Особенности маркетинговых коммуникаций.
27. Понятие политической коммуникации. Структура, средства и модели политической коммуникации. Электоральная политическая коммуникация
28. Понятие межкультурной коммуникации.
29. Уровни межкультурной коммуникации. Формы межкультурной коммуникации.
30. Типы восприятия межкультурных различий.

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: дискуссионные, игровые процедуры, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения. В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, деловая игра, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, ролевая игра.