

**РП СФОРМИРОВАНА,
СОГЛАСОВАНА
И УТВЕРЖДЕНА В ЭИОС**

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Реклама и связи с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях

Курс	2
Семестр	3

Трудоемкость по учебному плану	216 / 6	часов/зачетных единиц
Лекции	36	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	36	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	72	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	108	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	3	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	И.Г. Кислицына
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра социальных наук и технологий

02.02.2023	протокол №	4	(наименование кафедры)
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)
кафедрой(ами).
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 01.03.2023 г.
Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
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	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	знания: Систем общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития умения: умеет использовать знание систем общественных и государственных институтов. механизмов их функционирования и тенденций развития в создаваемых коммуникационных продуктах навыки: владеет навыками использования знаний систем общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденций развития в создаваемых медиапродуктах и коммуникационных продуктах
	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	знания: знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов умения: умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании рекламных текстов и коммуникационных продуктов навыки: владеет навыками использования знаний основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании рекламных текстов и коммуникационных продуктов
2. ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности и	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	знания: - особенности массовой коммуникации; - специфику коммуникации при проведении рекламных мероприятий; - особенности использования коммуникации в PR кампаниях; - этические нормы в профессиональной сфере. умения: - отбирать информацию в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами; - отбирать профессиональные средства в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами; - отбирать приемы рекламы в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами. навыки: - использования невербальной и вербальной коммуникации в отборе информации; - коммуникации в профессиональной сфере с учетом специфики коммуникационных механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

3. ПК-2 Способен строить свою профессиональ ную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	знания: - принципы открытости и корпоративной социальной ответственности; - основы подготовки текстов рекламы. умения: умеет при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности навыки: владеет навыками разработки и реализации коммуникационного продукта.
---	--	--

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Введение в профессиональную деятельность (ПК-2)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Интегрированные коммуникации (ОПК-2), Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-2), Социология рекламы и связей с общественностью (ОПК-2), Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7), Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы (ОПК-7), Социология рекламы и связей с общественностью (ОПК-7), Организация и проведение коммуникационных компаний (ОПК-7), Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (ОПК-7), Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (ПК-2), Психология рекламы и связей с общественностью (ПК-2), Опыт связей с общественностью в государственных учреждениях, в негосударственных и коммерческих организациях в Республике Марий Эл (ПК-2), Особенности и проблемы профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью в регионе (ПК-2); практиках: Преддипломная практика (ОПК-2), Преддипломная практика (ОПК-7), Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ПК-2); государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-2), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-2)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, задания, информационные, классическая лекция, мини-проекты, проблемная лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Истоки и основные этапы развития теории коммуникации. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли	80	ОПК-2, ОПК-7, ПК-2
Лекция. Предмет коммуникации, объект коммуникации, междисциплинарный характер коммуникации.	2	
Лекция. Современные теории коммуникации: бихевиоризм, персонализм, экзистенциализм.	4	
Практическое занятие. Современные теории коммуникации: бихевиоризм, персонализм, экзистенциализм.	2	
Практическое занятие. Современные теоретические концепции коммуникаций.	2	
Лекция. Законы теории коммуникации.	2	
Лекция. История коммуникации в рекламе	4	
Лекция. Понимание коммуникации в различных парадигмах.	2	
Лекция. Коммуникативные барьеры в межличностных коммуникациях.	2	
Практическое занятие. Окружающая среда как фактор барьера коммуникации.	2	
Практическое занятие. Технические барьеры коммуникации.	2	
Практическое занятие. Использование основ функционирования общественных и государственных институтов.	2	
Практическое занятие. Ораторское искусство как средство развития коммуникации.	2	
Практическое занятие. Системы общественных и государственных институтов.	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР проработка лекционного материала, изучение дополнительной литературы; подготовка к контрольной работе.	50	
Профессионально-ориентированная коммуникация	100	ОПК-2, ОПК-7, ПК-2
Лекция. Язык как естественный канал коммуникации.	2	
Лекция. Семиотика — наука о знаках. Знак. Индексальные знаки. Иконические знаки. Символические знаки.	2	
Практическое занятие. Семиотика — наука о знаках. Знак. Индексальные знаки. Иконические знаки. Символические знаки.	2	
Практическое занятие. Соотношение языка и речи	2	
Практическое занятие. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.	2	
Лекция. Понятие невербальной коммуникации.	2	
Лекция. Соотношение вербальной и невербальной	2	

коммуникации.	
Лекция. Пара и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Мимика. Жесты.	2
Практическое занятие. Невербальная коммуникация	4
Практическое занятие. Принципы вербальной и невербальной коммуникации	2
Практическое занятие. Отбор информации в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами. Отбор профессиональных средств	2
Практическое занятие. Отбор приемов рекламы в зависимости от стиля коммуникации в соответствии с принципами социальной ответственности.	2
Лекция. Влияние индивидуально-личностных особенностей на деловую и межличностную коммуникацию	4
Практическое занятие. Барьеры коммуникации в организациях.	2
Лекция. Скрытое управление и манипулятивные техники	4
Практическое занятие. Причины манипуляций. Манипулятивные техники в РКиСО	4
Лекция. Социально-коммуникативные технологии	2
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Конспектирование источников и учебной литературы к практическим занятиям, изучение лекционного материала и подготовка к экзамену, написание докладов, эссе, изучение дополнительного материала.	58
Иная контактная работа:	0
Подготовка к экзамену	30
Проведение экзамена	6

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины "Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации" рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания по дисциплине "Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации", концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации.

Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины "Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации".

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины "Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации", оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями

преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины "Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации", к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Изучение дисциплины "Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации" включает выполнение контрольной работы, написание эссе. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине "Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации" является экзамен в 3 семестре.

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Маркетинговые коммуникации [Текст] : [учебное пособие для вузов по направлениям "Маркетинг", "Реклама и связи с общественностью", "Менеджмент"] / Н. В. Карпова [и др.]. Старый Оскол: ТНТ, 2015. - 255 с. ISBN 978-5-94178-264-2. Экземпляры: всего 10.	10
2.	Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. Москва: Дашков и К, 2020. - 196 с. ISBN 978-5-394-03541-8.	https://e.lanbook.com/book/229463
3.	Антипов, К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / К. В. Антипов. 3-е изд. Москва: Дашков и К, 2021. - 328 с. ISBN 978-5-394-04207-2.	https://e.lanbook.com/book/229592
4.	Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. 18-е изд. Москва: Дашков и К, 2022. - 538 с. ISBN 978-5-394-04475-5.	https://e.lanbook.com/book/277430
5.	Шарков Феликс Изосимович Интерактивные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Текст] [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. Москва: Дашков и К, 2016. - 336 с. ISBN 978-5-394-00783-5.	https://e.lanbook.com/book/93373
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		

1.	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.ru
2.	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	326 (I)	Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо

Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично
-----------------	---	---------

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

1. Общение индивидов в пределах крупных социально-экономических систем – это...

- А) массовая коммуникация
- Б) общественные отношения
- В) взаимоотношения

2. Система взаимосвязей, позволяющих получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей независимо от места расположения, положения, социального статуса, – это...

- А) локальная коммуникация
- Б) гендерная коммуникация
- В) межгрупповая коммуникация
- Г) массовая коммуникация
- Д) внутригрупповая коммуникация

3. Связи любой социальной системы с внешними социальными образованиями, которые существуют вне этой системы – это...

4. Коммуникации по способу установления и поддержания контакта подразделяется на:

- А) межличностные и внутриличностные

- Б) прямые и дистанционные
- В) межгрупповые и внутригрупповые
- Г) горизонтальные и вертикальные
- Д) активные и пассивные

5. Характеристикой речевого акта являются (не менее одного правильного ответа):

- А) намеренность
- Б) целеустремленность
- В) конвенциональность
- Г) красочность
- Д) упреждающий синтез

6. Специально подготовленная встреча с журналистами для краткого сообщения о деятельности руководящих органов – это...

- А) брифинг
- Б) полемика
- В) беседа
- Г) дискуссия
- Д) диалог

7. Аналоговая модель – это...

- А) оригинал, описанный определенными соотношениями
- Б) преобразование звуковых конструкций и их понимание
- В) коммуникант – сообщение – реципиент
- Г) человек, одновременно и постоянно выступающий и как источник, и как получатель информации
- Д) информация, достигающая сначала наиболее авторитетных членов группы

8. 20. Представители культурологической теории коммуникации:

- А) Х. Мак-Люэн и А. Моль
- Б) Б. М. Фирсов
- В) Д. Белл
- Г) Э. Фромм
- Д) А. Тоффлер

9. Модель коммуникации, в которой реализуется информационная, экспрессивная, прагматическая функция языка, – это...

- А) модель социального атолизма
- Б) семиотическая модель
- В) гомогенная модель коммуникации

Г) циркулярная модель

Д) линейная модель

10. Отсутствием явной коммуникации является:

А) ритуалы

Б) времяпровождение

В) замкнутость

Г) игры

Д) совместная деятельность

11. Определите последовательность следующих элементов коммуникации:

1. реципиент

2. кодирование

3. коммуникант

4. источник шума

5. декодирование

12. Массовая информация – это...

А) процесс распространения информации с помощью технических средств

Б) речевое общение людей в процессе их совместной деятельности

В) общение между людьми при помощи знаков, символов, кодов

Г) процесс обмена сообщениями и их интерпретация

Д) однонаправленный процесс обмена информацией

13. Весь запас используемых слов и словосочетаний – это...

А) вербально-семантическая характеристика личности

Б) когнитивная характеристика

В) прагматическая характеристика

14. Два типа коммуникативной личности, выделяемые по социальной значимости функций, – это (не менее одного правильного ответа)...

А) внимательный

Б) демократический

В) драматический

Г) аргументативный

Д) доминантный

15. Процесс обмена мыслями, информацией, эмоциональными переживаниями собеседников означает:

А) общение

Б) мышление

В) слушание

Г) переживание

16. Выбор стиля общения зависит от ... (не менее одного правильного ответа)

А) сложившегося характера отношений с конкретными людьми и коллективами

Б) экономического статуса

В) индивидуально-типологических возможностей человека

Г) особенности коммуникативных возможностей человека

17. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между

коммуникатором и реципиентом:

А) телекоммуникационные системы

Б) барьеры коммуникации

В) низкочастотные волны

Г) парадигмы коммуникации

18. Самые распространённые барьеры в межличностной коммуникации (не менее одного

правильного ответа):

А) стилистические

Б) языковые

В) семантические

Г) официальные

19. К искажению информации не относится:

А) личная оценка чужой мысли

Б) передача информации с изменением дат и имен

В) искажение смысла информации при передаче

Г) перевод информации на другой язык

20. Условия, необходимые для эффективного обмена информацией (не менее одного

правильного ответа):

А) принадлежность к одному и тому же полу

Б) настроенность на мир собеседника

В) умение слушать

Г) коммуникационная заинтересованность

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. Понятие "коммуникация". Деловые и межличностные коммуникации.

2. Основные методологические подходы в теории коммуникации.

3. Основные характеристики модели коммуникации с точки зрения PR, рекламы и пропаганды.
4. Профессиональные коммуникаторы
5. Коммуникативный актор.
6. Основные факторы психологического воздействия в процессе устной речевой коммуникации.
7. Невербальная коммуникация. Знаковые системы невербальной коммуникации.
8. Пара и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Мимика. Жесты.
9. Речевое и неречевое поведение в межличностной коммуникации
10. Манипулятивные техники в межличностной коммуникации.
11. Структура общения.
12. Модель коммуникации Г. Лассуэлла.
13. Основные и производные виды коммуникации.
14. Ритуально-игровые истоки невербальной коммуникации.
15. Роль СМИ в коммуникации.
16. Ольфакторная система отражения невербального поведения человека.
17. Коммуникативные барьеры.
18. Технические барьеры коммуникации.
19. Теории массовой коммуникации.
20. Индивидуальные особенности в межличностной коммуникации.

Экзаменационный билет № 0

1. Коммуникативные барьеры.
2. Основные методологические подходы в теории коммуникации