

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра русской и зарубежной литературы

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Прикладные коммуникации»

Направление подготовки магистратуры: **45.04.01. «Филология»**

1.	Цель изучения дисциплины: Закладка основ теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа субъектов коммуникации, объяснение информационных процессов в обществе, моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой, ознакомление с современными технологиями взаимодействия субъектов коммуникации с целевыми группами общественности и др.		
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП ВО магистратуры: Дисциплина «Прикладные коммуникации» входит в часть, реализуемую участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 45.04.01. «Филология», изучается в 1-2 семестрах.		
3.	Результаты освоения дисциплины (модуля) «Прикладные коммуникации»		
	Код и наименование компетенции	Индикаторы	Дескрипторы
	Универсальные компетенции (УК)		
	УК-3. Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели.	Знает: правила командного взаимодействия, разрешения конфликты и противоречий для достижения поставленной цели. Умеет: организовать и корректировать работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений. Владеет: планирования работы, навыками организации и модерирования дискуссий, распределения задач и контроля их выполнения.
4.	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия.	Знать: стили общения на русском языке и язык жестов. Уметь: адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия. Владеть: способностью выбирать и адаптировать речь, стиль общения и язык жестов в зависимости от цели и условий партнерства.
	Структура и содержание дисциплины		
	4.1. Структура дисциплины		
	Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра русской и зарубежной литературы

		1	2
Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:	4	2	2
Курсовой проект (работа)	<i>Не предусмотрено</i>		
Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числе:	96	48	48
Лекции	32	16	16
Практические занятия, семинары	64	32	32
Лабораторные работы			
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	48	24	24
КСР	26	13	13
Зачет	22	11	11
Общая трудоемкость дисциплины	144	72	72
4.2. Содержание дисциплины			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Базовое понимание коммуникации. Основные подходы: философский, социолого-психологический, технологический, лингвистический и другие. Типология, конструкции. Модели Аристотеля, Лассуэлла, Берло. 2. Психология массовой коммуникации. Особенности и характеристики массовой коммуникации. Теории влияния (повестки, культивации, социально-когнитивная, третьего и первого лица и другие). Манипуляция. 3. Структура и содержание современной массовой коммуникации. Художественная литература и кинематограф. Журналистика, связи с общественностью и реклама: социальные функции, цели и результаты, общность и различия. Целевая аудитория и целевые группы общественности. 4. Информационное право. Профессиональная этика и правовое регулирование массовой коммуникации. Дезинформация, диффамация, клевета. Авторское право. Закон о СМИ. Закон о рекламе. Саморегулирование и этические стандарты. 5. Журналистика в структуре социальных систем. Информационный процесс в журналистике. Журналистика как социальный институт. Социальная позиция. Понятия информационной системы, информационной сферы и информационной структуры. Признаки системности в журналистике. Медиасистема как совокупность каналов трансляции информации: особенности структурных и содержательных характеристик. Разновидности медиасистем. Печать, радиовещание и телевидение в структуре системы СМИ России. Новые средства массовой информации. Понятие мирового информационного порядка, закономерности его развития. Понятие видов журналистской деятельности. Информационная политика. 6. Рекламные коммуникации. Социальная, политическая и коммерческая реклама. B2b и b2c реклама. Понятия спонсорства, меценатства и благотворительности. Фандрайзинг. 7. Сущность и основные характеристики связей с общественностью. Объект и предмет СО. Субъекты СО. Типология. Сферы. Публичный капитал, дискурс, общественное мнение. Медиарелейшнз. Ньюсмейкинг. Репутация и имидж. Бренд и брендинг. Социальная ответственность. СО (PR) как социальный институт. Модели PR-деятельности по Грюнигу. Понятие общественности и PR-общественности. Типология групп общественности по Г. Даулингу. Понятие общественности и PR-общественности. Типология групп общественности по версии IPR, Ф. Сайтелю, Дж. Грюнигу. 8. Филологическое обеспечение массовой коммуникации. Жанрообразование в письменных PR, рекламных и журналистских коммуникациях. Копирайтинг, спичрайтинг, сторителлинг. 9. Невербальная коммуникация. Кинесика (кинестетика). Паравербальное общение. 10. Цифровые коммуникации. Основные виды и значение цифровых коммуникаций. Кроссмедийность. Структура экосистемы цифровых коммуникаций. 11. Методы исследования в коммуникационном менеджменте. Диагностика систем управления коммуникациями. Анализ документов и контент-анализ, опросные методы, метод фокус-групп 			

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра русской и зарубежной литературы

	<p>и экспертные методы исследования. Оценка эффективности управления коммуникациями.</p> <p>12. Информационно-аналитическая работа, креативные процессы в коммуникативных процессах. Техники креативного мышления. Метод «мозгового штурма». Метод «обмена мнениями». Метод «начиная с конца». Метод учета всех «за и против». Метод аналогии. Методы предвидения. Индивидуальное предвидение. Предвидение по аналогии. Предвидение на основе теории вероятностей. Предвидение на основе устойчивых тенденций. Предвидение на основе учета развития событий в определенном направлении. Предвидение на основе циклического развития событий. Коллективное предвидение. Метод учета решающих моментов.</p> <p>13. Коммуникация в управлении конфликтами. Понятие конфликта, его функции (дисфункции), типология и причины. Особенности коммуникаций на различных стадиях развития конфликта. Роль коммуникаций в стратегии предотвращения разрушительных форм конфликтного взаимодействия. Особенности коммуникаций в тактике поведения конфликтующих сторон. Коммуникационный менеджмент на этапе разрешения конфликта.</p> <p>14. Публичные коммуникации в кризисных ситуациях. Общий алгоритм действий по подготовке к кризису и реакции на кризис.</p> <p>15. Ситуационный анализ. Структура ситуационного анализа. Этапы и стадии ситуационного анализа. Виды исследований. Основные понятия теории выборки. Шкалирование и виды шкал. Методы сбора информации. Количественные и качественные методы сбора информации. Источники информации.</p> <p>16. GR-коммуникации. Теоретические основы. Регулирование лоббистской деятельности. Основные технологии.</p> <p>17. Коммуникативные технологии. Понятие социально-коммуникативной технологии: сущность, структура, функции. Соотношение понятий «технология», «социальная технология» и «социально-коммуникативная технология». Основные характеристики СКТ. Типология.</p> <p>18. Основы интегрированных коммуникаций. Понимание ИК. Иерархия целей. Центробежные и центростремительные коммуникации. 10 золотых правил интегрирования по Полу Смити и др. Стандартные классификации каналов ИК по их физическим свойствам. Субъективизированная медиаметрия Абрахама Моля.</p> <p>19. Стратегические коммуникации. Понятие стратегии. Формула стратегических коммуникаций П.Смита. Типичные стратегии.</p> <p>20. Планирование коммуникационных кампаний. Определение и формулировка цели кампании: классификация целей, требования к формулировке целей, цели информирования, цели формирования отношений, цели формирования поведения. Разработка стратегии кампании, креативный сценарий. Тактическое планирование в рамках кампании. Планирование работы с целевыми группами общественности. Медиапланирование. Календарное и бюджетное планирование кампании. Коммуникативная составляющая кампании: существующие методики построения коммуникаций, основные составляющие коммуникационного процесса. Оценка эффективности кампании: подходы и уровни оценки.</p>
5.	<p>Образовательные технологии</p> <p>Используются следующие формы проведения занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - интерактивные лекции - тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков; - групповые, научные дискуссии, дебаты.
6.	<p>Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы</p> <p>http://openedu.ru http://window.edu.ru https://www.biblio-online.ru http://elibrary.ru</p>
7.	<p>Формы текущего контроля</p> <p>Контрольная работа, устный опрос, дискуссия, терминологический диктант, коллоквиум</p>
8.	<p>Форма промежуточного контроля</p> <p>Зачет</p>

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра русской и зарубежной литературы**

Разработчик: к.пол.н., старший преподаватель Баркинхоева З.М.