

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА «РУССКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ»

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной программы
_____/ Э.А. Аушева
«10» марта 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана филологического
факультета _____/З.И.Добриева
«12» марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.01 «ПРИКЛАДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Направление подготовки (бакалавриат)

45.04.01 Филология

Направленность (профиль подготовки)

Ингушский язык

Квалификация выпускника

Магистр

Форма обучения

Очная

Магас, 2025 г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) «Прикладные коммуникации» являются:

- 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.

Формируемые дисциплиной знания и умения готовят выпускника данной образовательной программы к выполнению следующих обобщенных трудовых функций (трудовых функций):

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
ПС 01.003 «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»	В	Организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	6	Организация и проведение исследований рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых	В/01.6	6.3
				Организационно-педагогическое сопровождение методической деятельности педагогов дополнительного образования	В/02.6	6.3

	С	Организационно-педагогическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	6	Мониторинг и оценка качества реализации педагогами дополнительных общеобразовательных программ	В/03.6	6.3
				Организация дополнительного образования детей и взрослых по одному или нескольким направлениям деятельности	С/03.6	6.3

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина (модуль) Б1.В.01 «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.

Для освоения дисциплины (модуля) «Прикладные коммуникации» необходимы знания, полученные в средней общеобразовательной школе и в течение предыдущих лет обучения в вузе (бакалавриат), в частности, владеть навыками поиска и анализа информации на изучаемых магистрантами языках, устной и письменной речью, представлениями об основах философии, социологии, менеджмента.

Дисциплина (модуль) «Прикладные коммуникации» имеет логическую и содержательно-методическую связь с другими частями ОПОП и изучается параллельно с такими дисциплинами, как: «Деловой английский язык», «Информационные технологии» и другие.

Связь дисциплины «Прикладные коммуникации» с последующими дисциплинами и сроки их изучения

Код дисциплины	Дисциплины, следующие за дисциплиной	Семестр
Б1.О.03	«Деловой английский язык»	1
Б1.О.02	«Информационные технологии»	2
Б1.О.01	«Филология в системе современного гуманитарного знания»	1
Б1.В.ДВ.01.01	«История и методология филологии»	1-2
Б1.О.05	«Правоведение»	2

Связь дисциплины «Прикладные коммуникации» со смежными дисциплинами

Код дисциплины	Дисциплины, смежные с дисциплиной	Семестр
Б1.О.04	«История и философия науки»	3

3. Результаты освоения дисциплины (модуля) «Прикладные коммуникации»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
Универсальные компетенции (УК) и индикаторы их достижения			
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Адекватно объясняет особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знание причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей.	Знать: понятийный аппарат межкультурной коммуникации, принципы и регламент взаимодействия с субъектами, обладающими отличными от коммуникатора социокультурными характеристиками. Уметь: корректно выстраивать и вести межкультурное взаимодействие. Владеть: навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.
Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения			
ПК-2	Владеет навыками квалифицированного анализа, оценки, реферирования, оформления и продвижения результатов собственной научной деятельности.	Корректно оформляет результаты научного исследования.	Знать: методы анализа истории изучения поставленной научной проблемы. Уметь: представить результаты научного исследования в виде научной публикации, устного выступления, аннотации, тезисов, автореферата. Владеть: навыками оценивания научного труда в процессе его обсуждения

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Прикладные коммуникации»

4.1. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям)
-------	---	--	---

		семестр	Контактная работа					Самостоятельная работа				семестра) Форма промежуточной						
			Всего	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Др. виды контакт. работы	Всего	Курсовая работа(проект)	Подготовка к экзамену	Другие виды самостоятельной работы	Собеседование	Коллоквиум	Проверка тестов	Проверка контрольных работ	Проверка реферата	Проверка эссе и иных творческих работ	Курсовая работа (проект) др.
1.	Базовое понимание коммуникации	1		1	2													
2.	Психология массовой коммуникации	1		1	2													
3.	Структура и содержание современной массовой коммуникации	1		2	4													
4.	Информационное право	1		1	2													
5.	Журналистика в структуре социальных систем	1		2	4													
6.	Рекламные коммуникации	1		2	4													
7.	Сущность и основные характеристики связей с общественностью	1		2	4													
8.	Филологическое обеспечение массовой коммуникации	1		4	8													
9.	Невербальная коммуникация	1		1	2													
10.	Самостоятельная работа	1								60								
11.	Цифровые коммуникации	2		1	2													
12.	Методы исследования в коммуникационном менеджменте	2		2	4													
13.	Информационно-аналитическая работа, креативные процессы в коммуникативных процессах	2		2	2													
14.	Коммуникация в управлении конфликтами	2		2	4													
15.	Публичные коммуникации в кризисных ситуациях	2		2	2													

16.	Ситуационный анализ	2		1	2												
17.	GR-коммуникации	2		1	2												
18.	Коммуникативные технологии	2		1	2												
19.	Основы интегрированных коммуникаций	2		1	2												
20.	Стратегические коммуникации	2		2	4												
21.	Планирование коммуникационных кампаний	2		2	4												
22.	Самостоятельная работа	2								60							
	Промежуточная аттестация (зачет)																
	Общая трудоемкость, в часах			32	64			216	120								

4.2. Содержание дисциплины (модуля) «Прикладные коммуникации»

Распределение учебных часов по темам и видам учебных занятий (общая трудоемкость учебной дисциплины 6 зачетных единиц)

Раздел, тема	Содержание программы учебной дисциплины
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. Паблицитный капитал, дискурс, общественное мнение. Медиарилейшнз. 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 и экспертные методы исследования. Оценка эффективности управления коммуникациями.
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.
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.
14. Публичные коммуникации в кризисных ситуациях	Общий алгоритм действий по подготовке к кризису и реакции на кризис.
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.
16. GR-коммуникации	Теоретические основы. Регулирование лоббистской деятельности. Основные технологии.
17. Коммуникативные технологии	Понятие социально-коммуникативной технологии: сущность, структура, функции. Соотношение понятий «технология», «социальная технология» и

	«социально-коммуникативная технология». Основные характеристики СКТ. Типология.
18. Основы интегрированных коммуникаций	Понимание ИК. Иерархия целей. Центробежные и центростремительные коммуникации. 10 золотых правил интегрирования по Полу Смитту и др. Стандартные классификации каналов ИК по их физическим свойствам. Субъективизированная медиаметрия Абрахама Моля.
19. Стратегические коммуникации	Понятие стратегии. Формула стратегических коммуникаций П.Смита. Типичные стратегии.
20. Планирование коммуникационных кампаний	<p>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.</p> <p>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>
Итого аудиторных часов: 32	
Самостоятельная работа студента: 60	
Всего часов на освоение учебного материала: 92	

План практических занятий:

№	Тема и содержание
1.	Коммуникативные барьеры. Эмоциональный интеллект. Навыки самопрезентации (практическая отработка)
2.	Терминологический диктант (закрепление пройденного теоретического материала). Аргументация в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах. Дебаты на заданную тему (работа в команде, теория повестки). Задание для самостоятельной работы: поиск в СМИ информации, соответствующей трем изученным теориям влияния, а также три примера использования софизмов/силлогизмов в публичной коммуникации.
3.	Коллоквиум-обсуждение книг «Никаких компромиссов» (К. Восс) и «Психология влияния» (Р.Чалдини)
4.	Этика, мораль и нравственность в прикладных коммуникациях. Философия, кредо, культура, миссия субъектов массовой коммуникации. Международные кодексы. Обсуждение кейсов: социальная ответственность. Манипулятивные технологии.
5.	Презентация рефератов студентов (работа в парах). Терминологический практикум (решение задач).
6.	Позиционирование (решение задачи). WOW-эффект в коммуникации. Ambient. Product placement. Нативная реклама. Органическая реклама. Контекст. Таргетинг.
7.	Ролевая игра: медиарилейшнз. Событийный PR.
8.	Публичная речь, pitch. Бриф, нейминг, слоган. Простые первичные и комбинированные медиатексты.

	Фактологические, исследовательские и образно-новостные жанры текстов. Практическое задание 1: интервью, пресс-релиз, анонс. Практическое задание 2: анализ воздействующего аспекта в публичной речи (монолога) героя художественного произведения.
9.	Тренинг по анализу «языка тела» собеседника (по Аллану Пизу)
10.	Эффективные коммуникационные кампании в социальных медиа: кейсы.
11.	Практическая отработка техник креативного мышления.
12.	Моделирование конфликтных и кризисных ситуаций (работа в группах). Анализ корректной реакции и ошибочных решений. Обзор прецедентов. Принципы успешной коммуникационной деятельности: принцип кооперативного сотрудничества П.Грайса, принцип вежливости Р.Лакоффа и Дж.Лича, принцип самоутверждения адресанта в глазах адресата. Коммуникативные импликатуры и пресуппозиции. Коммуникативные неудачи и возможности их предотвращения. Метатекстовые речевые акты.
13.	Ситуационный анализ. Количественные и качественные методы сбора информации. Опросы. Наблюдение. SWOT-анализ. Эксперимент. Фокус-группы. Биографический метод. Игротехника. Анализ документов. Когнитивное картирование. Дискурс-анализ. Ивент-анализ. Контент-анализ. Интент-анализ. Анализ фотографии как вспомогательный элемент исследования
14.	Карта региональных общественных организаций. Особенности GR на региональном уровне.
15.	Разработка СКТ. Модели СКТ. Пропаганда.
16.	Медиалаборатория: описание инструментов ИК, целесообразность применения, сильные и слабые стороны, численные параметры применения, особенности применения, выводы.
17.	Аудит информационного поля, коммуникаций и репутации: персональное позиционирование, внутриорганизационный уровень, внешний уровень, международные коммуникации.
18.	Поэтапное планирование коммуникационной кампании для реального базисного субъекта (пример: ИнгГУ). Работа в командах. Предполагается самостоятельная работа «в поле».
Итого аудиторных часов: 64	
Самостоятельная работа студента: 60	
Всего часов на освоение учебного материала: 124	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При подготовке магистрантов-филологов используются следующие основные формы проведения учебных занятий:

- интерактивные лекции;
- тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков;
- групповые, научные дискуссии, дебаты.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

6.1. План самостоятельной работы студентов

1. Подготовка к коллоквиуму-обсуждению книги «Never split the difference» (К.Восс)
2. Подготовка рефератов
3. Подготовка к прохождению терминологических диктантов, тестов и задач
4. Анализ первичных и вторичных источников информации. Проведение исследований в рамках планирования коммуникационной кампании.
5. Выполнение домашних заданий.

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Учебным планом направления подготовки 45.03.01. «Филология» по дисциплине «Прикладные коммуникации» предусматривается самостоятельная работа студента, которая выполняется следующими видами самостоятельной работы: сдача коллоквиума, сдача домашних заданий.

6.2.1. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы (теста)

Общие указания

Контрольная работа – самостоятельный труд студента, который способствует углублённому изучению пройденного материала. Перечень тем разрабатывается преподавателем.

Цель выполняемой работы:

- получить специальные знания по выбранной теме;

Основные задачи выполняемой работы:

- 1) закрепление полученных ранее теоретических знаний;
- 2) выработка навыков самостоятельной работы;
- 3) выяснение подготовленности студента к изучению следующей темы.

Весь процесс написания контрольной работы можно условно разделить на следующие этапы:

- а) выбор темы и составление предварительного плана работы;
- б) сбор научной информации, изучение литературы;
- в) анализ составных частей проблемы, изложение темы;
- г) обработка материала в целом.

Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций, прочитанных ранее. Приступать к выполнению работы без изучения основных положений и понятий науки, не следует, так как в этом случае студент, как правило, плохо ориентируется в материале, не может отграничить смежные вопросы и сосредоточить внимание на основных, первостепенных проблемах рассматриваемой темы.

После выбора темы необходимо внимательно изучить методические рекомендации по подготовке контрольной работы, составить план работы, который должен включать основные вопросы, охватывающие в целом всю прорабатываемую тему.

Требования к содержанию рефератов и контрольных работ

В содержании контрольной работы необходимо показать знание рекомендованной литературы по данной теме, но при этом следует правильно пользоваться первоисточниками, избегать чрезмерного цитирования. При использовании цитат необходимо указывать точные ссылки на используемый источник: указание автора (авторов), название работы, место и год издания, страницы.

В процессе работы над первоисточниками целесообразно делать записи, выписки абзацев, цитат, относящихся к избранной теме. При изучении специальной критической литературы (монографий, статей, рецензий и т.д.) важно обратить внимание на различные точки зрения авторов по исследуемому вопросу, на его приводимую аргументацию и выводы, которыми опровергаются иные концепции.

Кроме рекомендованной специальной литературы, можно использовать любую дополнительную литературу, которая необходима для раскрытия темы контрольной работы.

В конце контрольной работы приводится полный библиографический перечень использованных нормативно-правовых актов и специальной литературы (если данное требование отражено). Данный список условно можно подразделить на следующие части:

1. Нормативно-правовые акты (даются по их юридической силе).
2. Учебники, учебные пособия.
3. Монографии, учебные, учебно-практические пособия.
4. Периодическая печать.

Первоисточники 1,2,3,4 даются по алфавиту.

Оформление библиографических ссылок осуществляется в следующем порядке:

1. Фамилия и инициалы автора (коллектив авторов) в именительном падеже. При наличии трех и более авторов допускается указывать фамилии и инициалы первых двух и добавить «и др.». Если книга написана авторским коллективом, то ссылка делается на название книги и её редактора. Фамилию и инициалы редактора помещают после названия книги.

2. Полное название первоисточника в именительном падеже.
3. Место издания.
4. Год издания.
5. Общее количество страниц в работе.

Ссылки на журнальную или газетную статью должны содержать кроме указанных выше данных, сведения о названии журнала или газеты.

Ссылки на нормативный акт делаются с указанием Собрания законодательства РФ, исключение могут составлять ссылки на Российскую газету в том случае, если данный нормативный акт еще не опубликован в СЗ РФ.

Ссылки на используемые первоисточники можно делать в конце каждой страницы, либо в конце всей работы, нумерация может начинаться на каждой странице.

Структурно контрольная работа состоит только из нескольких вопросов (3-6), без глав. Она обязательно должна содержать теорию и практику рассматриваемой темы.

3. Порядок выполнения контрольной работы

Контрольная работа излагается логически последовательно, грамотно и разборчиво.

Она обязательно должна иметь титульный лист. Он содержит название высшего учебного заведения, название темы, фамилию, инициалы, учёное звание и степень научного руководителя, фамилию, инициалы автора, номер группы.

На следующем листе приводится содержание контрольной работы. Оно включает в себя: введение, название вопросов, заключение, список литературы.

Введение должно быть кратким, не более 1 страницы. В нём необходимо отметить актуальность темы, степень ее научной разработанности, предмет исследования, цель и задачи, которые ставятся в работе. Изложение каждого вопроса необходимо начать с написания заголовка, соответствующему оглавлению, который должен отражать содержание текста. Заголовки от текста следует отделять интервалами. Каждый заголовок обязательно должен предшествовать непосредственно своему тексту. В том случае, когда на очередной странице остаётся место только для заголовка и нет места ни для одной строчки текста, заголовок нужно писать на следующей странице.

Излагая вопрос, каждый новый смысловой абзац необходимо начать с красной строки. Закончить изложение вопроса следует выводом, итогом по содержанию данного раздела.

Изложение содержания всей контрольной работы должно быть завершено заключением, в котором необходимо дать выводы по написанию работы в целом.

Страницы контрольной работы должны иметь нумерацию (сквозной). Номер страницы ставится внизу в правом углу. На титульном листе номер страницы не ставится. Оптимальный объём контрольной работы 10-15 страниц машинописного текста (размер шрифта 12-14) через полуторный интервал на стандартных листах формата А-4, поля: верхнее –15 мм, нижнее – 15мм, левое –25мм, правое –10мм.

В тексте контрольной работы не допускается произвольное сокращение слов (кроме общепринятых).

Срок выполнения контрольной работы определяется преподавателем. По результатам проверки контрольная работа оценивается на 2-5 баллов. В случае отрицательной оценки, студент должен ознакомиться с замечаниями и, устранив недостатки, повторно сдать работу на проверку.

6.2.2. Методические рекомендации по подготовке и сдаче коллоквиума

Коллоквиум (в переводе с латинского «беседа, разговор») – форма текущего контроля знаний студентов, которая проводится в виде собеседования преподавателя и студента по самостоятельно подготовленной студентом теме.

Он применяется для проверки знаний по определенному разделу (или объемной теме) и принятия решения о том, можно ли переходить к изучению нового материала. Коллоквиум — это беседа со студентами, целью которой является выявление уровня овладения новыми знаниями. В отличие от семинара главное на коллоквиуме — это проверка знаний с целью их систематизации.

Целью коллоквиума является формирование у студента навыков анализа теоретических проблем на основе самостоятельного изучения учебной и научной литературы.

На коллоквиум выносятся крупные, проблемные, нередко спорные теоретические вопросы. Коллоквиум может проводиться по вопросам, обсуждавшимся на семинарах. Конкретные вопросы для коллоквиума студентам не сообщаются, однако заранее формулируются преподавателем. Предполагаемый объем ответа не должен быть большим (примерно 1,5-2 минуты), чтобы преподаватель мог успеть опросить всех студентов.

От студента требуется:

- владение изученным в ходе учебного процесса материалом, относящимся к рассматриваемой проблеме;
- наличие собственного мнения по обсуждаемым вопросам и умение его аргументировать.

Коллоквиум – это не только форма контроля, но и метод углубления, закрепления знаний студентов, так как в ходе собеседования преподаватель разъясняет сложные вопросы, возникающие у студента в процессе изучения данного источника.

Задача коллоквиума добиться глубокого изучения отобранного материала, пробудить у студента стремление к чтению дополнительной экономической литературы.

Подготовка к проведению коллоквиума.

Подготовка к коллоквиуму предполагает несколько этапов:

1. Подготовка к коллоквиуму начинается с установочной консультации преподавателя, на которой он разъясняет развернутую тематику проблемы, рекомендует литературу для изучения и объясняет процедуру проведения коллоквиума.

2. Как правило, на самостоятельную подготовку к коллоквиуму студенту отводится 3–4 недели. Подготовка включает в себя изучение рекомендованной литературы и (по указанию преподавателя) конспектирование важнейших источников.

3. Коллоквиум проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым студентом или беседы в небольших группах (3–5 человек).

4. Преподаватель задает несколько кратких конкретных вопросов, позволяющих выяснить степень добросовестности работы с литературой, контролирует конспект. Далее более подробно обсуждается какая-либо сторона проблемы, что позволяет оценить уровень понимания.

6. По итогам коллоквиума выставляется дифференцированная оценка, имеющая большой удельный вес в определении текущей успеваемости студента.

Особенности и порядок сдачи коллоквиума. Студент может себя считать готовым к сдаче коллоквиума по избранной теме, когда у него есть им лично составленный и обработанный конспект сдаваемой работы, он знает структуру работы в целом, содержание работы в целом или отдельных ее разделов (глав); умеет раскрыть рассматриваемые проблемы и высказать свое отношение к прочитанному и свои сомнения, а также знает, как убедить преподавателя в правоте своих суждений.

Проведение коллоквиума позволяет студенту приобрести опыт работы над первоисточниками, что в дальнейшем поможет с меньшими затратами времени работать над литературой по курсовой работе и при подготовке к экзаменам.

6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

Контроль освоения компетенций

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1.	Терминологическое диктанты, задачи, тесты	1-20	УК-5, ПК-2
2.	Коллоквиум	1-3	УК-5, ПК-2
3.	Зачет	1-20	УК-5, ПК-2

6.3.1. Текущий контроль успеваемости проводится в форме коллоквиума, подготовки рефератов, прохождения тестов и др.

Примерные темы реферативных исследований к практическому занятию:

1. Массовая коммуникация как основное понятие теории журналистики.
2. Специфика массовой аудитории.
3. Массовая информация: интернет-модель.
4. Задачи современного журналиста.
5. Методология журналистской деятельности.

Примеры терминологических диктантов, тестов и задач:

- 1) Опишите основные понятия теории журналистики, опираясь на анализ теоретических концепций и моделей журналистики. Укажите на источник, который Вами был изучен и из которого Вы почерпнули основные знания о понятии. Заполните таблицу.

Основное понятие теории журналистики	Содержание понятия
Массовая информация	
Массовая аудитория	
Журналистика как социальный институт	
Журналисты	

Функции и принципы журналистики	
Система средств массовой информации	
Свобода журналистики	
Журналистская деонтология	
Профессиональные качества журналиста	
Информационная политика	
Типы творчества в журналистике	
Методологическая культура журналиста	

2) Укажите, какой вид биографии является «оглаголенным» текстом:

- биография-конспект
- биография-рассказ
- биография-повествование

Допишите недостающие дифференциальные признаки PR-текста:

- функционирует в пространстве публичных коммуникаций
- распространяется с помощью СМИ, личной или прямой поставки
- служит целям формирования поддержания или приращения публичного капитала
- ...
- ...

Назовите функции цитаты в пресс-релизе:

- ...

6.3.2. Итоговый контроль проводится в виде зачета по перечню вопросов, приведенных в рабочей программе:

1. Основные подходы к определению коммуникации. Понятия «информация», «знак», «код», «кодирование», «декодирование».
2. Характеристика и виды массовой коммуникации.
3. Модели коммуникации Аристотеля, Лассуэлла, Берло.
4. Модели коммуникации по Дж. Грюнигу.
5. Коммуникативные шумы.
6. Понятие «дискурс», «общественность», «целевые аудитории», «коммуникация», «публичная коммуникация», «паблицитный капитал».
7. Сущностные характеристики связей с общественностью, журналистики и рекламы.
8. Теория повестки, культивации, социально-когнитивная теория.
9. Правовое регулирование массовой коммуникации. Профессиональная этика.
10. Журналистика, PR, реклама как социальные институты.
11. Типология связей с общественностью, рекламы, журналистики.

12. Понятия «журналистика», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации», «пресса», «публицистика», «массмедиа»
13. Новость и информационный повод как ключевые понятия ньюсмейкинга.
14. Типология групп PR-общественности.
15. Жанрообразование в рекламных и PR коммуникациях.
16. Информационные и художественно-публицистические жанры журналистики.
17. Роль коммуникаций в стратегии предотвращения разрушительных форм конфликтного взаимодействия.
18. Этапы создания специального мероприятия. Классификация специальных мероприятий.
19. Теории распространения информации в обществе.
20. Публичные коммуникации в кризисных ситуациях.
21. Этапы планирования и проведения коммуникационной кампании.
22. Количественные и качественные методы исследования.
23. Техники креативного мышления.
24. Мультимедиа, кроссмедиа, трансмедиа.
25. Функции невербальной коммуникации. Типы и виды невербальной коммуникации.
26. Понятие интегрированных коммуникаций, типология, уровни.
27. Интернет-коммуникации в системе интегрированных коммуникаций.
28. Встраивание бренда в художественное произведение (кино, книга, компьютерная игра, театр и др.)
29. Формулы стратегических коммуникаций.
30. Модели социально-коммуникативных технологий.
31. Принципы успешной коммуникационной деятельности.
32. Оценка эффективности управления коммуникациями.

Текущий контроль проводится систематически в часы аудиторных занятий или во время аудиторной самостоятельной работы обучающихся. Рубежный контроль проводится с помощью отдельно разработанных оценочных средств. Промежуточный контроль организовывается на основе суммирования данных текущего и рубежного контроля.

Критерии оценки промежуточной аттестации в форме зачета

Оценка	Характеристика требований к результатам аттестации в форме зачета
«Зачтено»	Оценка ставится, если студент продемонстрирует достаточный уровень усвоения теоретических вопросов изучаемой дисциплины. Проверка знаний, умений и навыков будет осуществляться не только в день проведения зачета, но и во время работы студента на практических занятиях, по результатам выполнения внеаудиторных заданий, контрольных работ, участия в коллоквиуме, деловых играх и т.п.
«Не зачтено»	Оценка ставится, если студент не выполнил к зачету более половины аудиторных и внеаудиторных заданий, а также если не справился хотя бы с одним из вопросов билета на зачете.

7. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) «Прикладные коммуникации»

7.1.1. Законодательные акты и нормативные документы:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Уголовный Кодекс Российской Федерации.
4. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
5. Федеральный закон «О государственной тайне».
6. Федеральный закон «О средствах массовой информации».
7. Федеральный закон «О коммерческой тайне».
8. Федеральный закон «О персональных данных».
9. Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
10. Федеральный закон «О рекламе».
11. Федеральный закон «Об авторском праве и смежных правах».

7.1.2. Учебная литература:

1. Гавра Д., Основы теории коммуникации, Москва, Юрайт, 2018
2. Кривоносов А., Филатова А., Шишкина А., Основы теории связей с общественностью, СПб, Питер, 2018
3. Корконосенко С., Основы журналистики, Москва, Юрайт, 2019
4. Синяева И., Жильцова О., Жильцов Д., Основы рекламы, Москва, Юрайт, 2019.
5. Мельник Г., Тепляшина А., Отворческой деятельности журналиста, СПб, Питер, 2004.
6. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций, СПб, изд-во С.-Петербург. ун-та, 2001.
7. Кузнецов П. Копирайтинг и спичрайтинг: эффективные рекламные и PR-технологии, Москва, Дашков и К., 2013.

7.1.3. Литература к практическим занятиям:

1. Пиз А., Пиз Б., Язык телодвижений: как читать мысли окружающих по их жестам, Москва, Эксмо, 2017.
2. Восс К., Никаких компромиссов, Москва, Эксмо, 2019.
3. Чалдини Р., Психология влияния, Москва, Эксмо, 2022

7.2. Интернет-ресурсы

www.openedu.ru
www.advertology.ru
www.sovetnik.ru
www.raso.ru
www.sostav.ru
www.adme.ru

7.3. Программное обеспечение

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» как на территории университета, так и вне ее.

Университет обеспечен следующим комплектом лицензионного программного обеспечения.

1. Лицензионное программное обеспечение, используемое в ИнГГУ

- 1.1. Microsoft Windows 7
- 1.2. Microsoft Office 2007
- 1.3. Программный комплекс ММИС «Деканат»
- 1.4. Программный комплекс ММИС «Визуальная Студия Тестирования»
- 1.5. Антивирусное ПО Eset Nod32
- 1.6. Справочно-правовая система «Консультант»
- 1.7. Справочно-правовая система «Гарант»

Наряду с традиционными изданиями студенты и сотрудники имеют возможность пользоваться электронными полнотекстовыми базами данных:

Название ресурса	Ссылка/доступ
Электронная библиотека онлайн «Единое окно к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru
«Образовательный ресурс России»	http://school-collection.edu.ru
Федеральный образовательный портал: учреждения, программы, стандарты, ВУЗы, тесты ЕГЭ, ГИА	http://www.edu.ru
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР)	http://fcior.edu.ru
Издательство «Лань». Электронно-библиотечная система	http://www.studentlibrary.ru
Русская виртуальная библиотека	http://rvb.ru
Кабинет русского языка и литературы	http://ruslit.ioso.ru
Национальный корпус русского языка	http://ruscorpora.ru
Издательство «Лань». Электронно-библиотечная система	http://e.lanbook.com
Еженедельник науки и образования Юга России «Академия»	http://old.rsue.ru/Academy/Archives/Index.htm
Научная электронная библиотека «e-Library»	http://elibrary.ru/defaultx.asp
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru
Электронно-справочная система документов в сфере образования «Информо»	http://www.informio.ru
Информационно-правовая система «Консультант-плюс»	Сетевая версия, доступна со всех компьютеров в корпоративной сети ИнГГУ
Информационно-правовая система «Гарант»	Сетевая версия, доступна со всех компьютеров в корпоративной сети ИнГГУ
Электронно-библиотечная система «Юрайт»	https://www.biblio-online.ru

7.4. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины/модуля «Прикладные коммуникации».

Материально-техническая база университета позволяет обеспечивать качественное проведение теоретических и практических занятий.

Перечень необходимых технических средств обучения, используемых в учебном процессе для освоения дисциплины/модуля «Прикладные коммуникации»

- компьютерное и мультимедийное оборудование;
- видео- и аудиовизуальные средства обучения и др.

Используемое общее и специализированное учебное оборудование, наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий с перечнем основного лабораторного оборудования.

Для реализации рабочей программы дисциплины/модуля «Прикладные коммуникации» имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещение для проведения лекционных занятий на 100 посадочных мест укомплектовано: электронной трибуной с компьютером и стационарным сенсорным экраном, звуковой системой, экраном.

Помещение для проведения занятий семинарского типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ИнГУ.

Программу составила: к.пол.н., старший преподаватель З.М.Баркинхоева

Рабочая программа дисциплины «Прикладные коммуникации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 45.03.01. «Филология», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «7» августа 2020г. №920.

Программа одобрена на заседании кафедры «Русская и зарубежная литература»
Протокол № 7 от «03» марта 2025 года

Программа одобрена Учебно-методической комиссией филологического факультета
Протокол № 06 от «04» марта 2025 года

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРИКЛАДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
Универсальные компетенции (УК) и индикаторы их достижения			
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Адекватно объясняет особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знание причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей.	Знать: понятийный аппарат межкультурной коммуникации, принципы и регламент взаимодействия с субъектами, обладающими отличными от коммуникатора социокультурными характеристиками. Уметь: корректно выстраивать и вести межкультурное взаимодействие. Владеть: навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.
Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения			
ПК-2	Владеет навыками квалифицированного анализа, оценки, реферирования, оформления и продвижения результатов собственной научной деятельности.	Корректно оформляет результаты научного исследования.	Знать: методы анализа истории изучения поставленной научной проблемы. Уметь: представить результаты научного исследования в виде научной публикации, устного выступления, аннотации, тезисов, автореферата. Владеть: навыками оценивания научного труда в процессе его обсуждения

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося во время текущей аттестации

Шкала оценивания	Показатели и критерии оценивания
«Зачтено»	Студент принимал активное участие в обсуждение темы или в раскрытии содержания темы, имеются необходимые практические навыки работы с представленным материалом.
«Не зачтено»	Практическое и теоретическое содержание материала не раскрыто, качество участия в обсуждении или дискуссии оценено минимально, задание выполнено менее чем наполовину.

2.2. Шкала оценивания, показатели и критерии оценивания образовательных результатов обучающегося во время промежуточной аттестации

1 семестр – зачет

2 семестр – зачет

Оценка	Характеристика требований к результатам аттестации в форме зачета
«Зачтено»	Оценка ставится, если студент продемонстрирует достаточный уровень усвоения теоретических вопросов изучаемой дисциплины. Проверка знаний, умений и навыков будет осуществляться не только в день проведения зачета, но и во время работы студента на практических занятиях, по результатам выполнения внеаудиторных заданий, контрольных работ, участия в коллоквиуме, деловых играх и т.п.
«Не зачтено»	Оценка ставится, если студент не выполнил к зачету более половины аудиторных и внеаудиторных заданий, а также если не справился хотя бы с одним из вопросов билета на зачете.

3. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций используются следующие типовые контрольные задания:

3.1. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

3.1.1. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Тема	Наименование оценочного средства
1-2.	Базовое понимание коммуникации. Психология массовой коммуникации	Контрольная работа Обсуждение книги (коллоквиум)
3.	Структура и содержание современной массовой коммуникации	Устный опрос, дискуссия
4.	Информационное право	Устный опрос, дискуссия
5.	Журналистика в структуре социальных систем	Реферат, устное выступление
6.	Рекламные коммуникации	Устный опрос, дискуссия
7.	Сущность и основные характеристики связей с общественностью	Устный опрос, игра
8.	Филологическое обеспечение массовой коммуникации	Подготовка медиатекстов
9.	Невербальная коммуникация	Устный опрос, тренинг, игра
10.	Цифровые коммуникации	Устный опрос, дискуссия
11.	Методы исследования в коммуникационном менеджменте	Устный опрос, дискуссия, игра
12.	Коммуникация в управлении конфликтами	Устный опрос, моделирование ситуаций
13.	Публичные коммуникации в кризисных ситуациях	Дискуссия
14.	Планирование коммуникационных кампаний	Командная разработка коммуникационной кампании на примере выбранного субъекта

3.1.2. ПЕРЕЧЕНЬ ДИСКУССИОННЫХ ТЕМ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМОВ

1. Активное слушание
2. Эмпатия
3. Эмоциональный интеллект
4. Тактическое сочувствие
5. Доверие и репутация
6. Методы аргументации
7. Навыки деловой коммуникации
8. Защита от манипуляций

9. Техники ведения переговоров

3.1.3. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Коммуникация как интеллектуальный труд
2. Знания – основа коммуникационного обмена
3. Мысль и слово в коммуникации
4. Словарь журналистики
5. Пражурналистика и алфавит
6. Грамотность как предпосылка журнализма
7. Книга и ее роль в развитии малых публицистических форм
8. Городская культура как среда развития журналистики
9. Потребление информации – условие развития журналистики
10. Визуальность в восприятии мира
11. Интернет как книга Гуттенберга
12. Метаморфозы печатного текста
13. Самосознание аудитории журналистики: слагаемые
14. Коммуникация и потребности нового человека
15. Первые газеты: специфика содержания
16. Авторская журналистика революционных преобразований
17. Массовая информация
18. Массовая аудитория
19. Журналистика как социальный институт
20. Публицистика и беллетристика: происхождение и динамика развития понятий
21. Функции и принципы журналистики
22. Система средств массовой информации
23. Свобода журналистики
24. Журналистская деонтология
25. Профессиональные качества журналиста
26. Информационная политика
27. Типы творчества в журналистике
28. Методологическая культура журналиста
29. Гражданская журналистика
30. Блогер и журналист: в чем разница?

3.1.4. ПРОВЕРОЧНЫЕ ЗАДАНИЯ

Контрольная работа

Вариант 1

1. Коммуникация – это... (базовое определение)
2. Коммуникация (согласно философскому подходу) – ...
3. Выберите правильные варианты:

Коммуникация:

- а) Общение между людьми, информационное взаимодействие и обмен между ними. Взаимодействие, обмен сигналами между животными;
- б) Связь между различными объектами, в том числе технической природы
- в) Каналы связи между различными объектами

- d) Пути и средства физического сообщения между пространственно разделенными объектами
- 4. Опишите модель коммуникации Р. Лассуэлла. Приведите пример.
- 5. Информация – это... (одно из определений)
- 6. Приведите пример транзакционной коммуникации.
- 7. Выберите правильные варианты:
- К особенностям классической массовой коммуникации относятся:
 - a) Источник известен, получатель анонимен
 - b) Участники не меняются коммуникативными позициями
 - c) Сообщение адаптируется для большой аудитории
 - d) Периодическая коммуникация
 - e) Сообщения сохраняются/повторяются
 - f) Обратная связь отсрочена
- 8. Приведите примеры реализации теории культивации.
- 9. Перечислите коммуникативные барьеры, относящиеся к социокультурным факторам.
- 10. Обмен взглядами – это коммуникация? Почему?

Вариант 2

- 1. Коммуникация (согласно социально-психологическому подходу) – ...
- 2. Массовая коммуникация – это...
- 3. Выберите правильные варианты:
- Характеристики коммуникации:
 - a) Опосредованное взаимодействие
 - b) Субъект-субъектное взаимодействие
 - c) Эффективное взаимодействие
 - d) Синхронное или диахронное взаимодействие.
- 4. Перечислите (с расшифровкой) характеристики источника коммуникации согласно Стэнфордской модели (Берло).
- 5. Знак – это... (приведите три примера).
- 6. Приведите пример интерактивной коммуникации.
- 7. Выберите правильные варианты:
- К направлениям воздействия массовой коммуникации относятся:
 - a) Знания и представления человека о мире
 - b) Отношения человека к себе, удовлетворенность своей жизнью
 - c) Эмоции человека по отношению к другим людям и событиям
 - d) Поведение человека
- 8. Приведите примеры реализации эффекта третьего лица.
- 9. Перечислите коммуникативные барьеры, относящиеся к факторам среды.
- 10. Саундтрек (музыкальное сопровождение) к кинофильму – это коммуникация? Почему?

Вариант 3

- 1. Коммуникация – это... (базовое определение)
- 2. Коммуникация (технологический подход) – ...
- 3. Выберите правильные варианты:
- Особенности массовой коммуникации:
 - a) Опосредованность техническими средствами

- b) Отсутствие непосредственной обратной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения
- c) Социальная направленность, социальная ориентированность общения
- 4. Опишите модель коммуникации Аристотеля. Для чего она была создана? Приведите пример.
- 5. Приведите определения понятий «код», «кодирование», «декодирование».
- 6. Приведите пример интерактивной коммуникации.
- 7. Оцените корректность (подчеркнуть верный вариант):
 - a. *Массовая коммуникация влияет на оценку важности социальных проблем и событий, если они редко встречаются в личном опыте аудитории и неизвестны из других источников – ДА/НЕТ*
 - b. *Затрагивают интересы аудитории – ДА/НЕТ*
- 8. Приведите примеры реализации социально-когнитивной теории.
- 9. Перечислите коммуникативные барьеры, относящиеся к физиологическим факторам.
- 10. Эпиграф к роману – это коммуникация? Почему?

Вариант 4

- 1. Массовая коммуникация – это...
 - 2. Выберите правильные варианты:
- Характеристики межличностной коммуникации:
- a) Источник и получатель знают друг друга/друг о друге
 - b) Участники меняются коммуникативными позициями
 - c) Сообщение адаптируется под аудиторию
 - d) Периодическая коммуникация или коммуникация от случая к случаю
 - e) Приватная или публичная коммуникация
 - f) Мгновенная обратная связь
- 3. Перечислите (с расшифровкой) характеристики сообщения коммуникации согласно Стэнфордской модели (Берло).
 - 4. Что такое «знак»? Приведите пример.
 - 5. В чем разница между средствами массовой коммуникации и средствами массовой информации?
 - 6. Оцените корректность суждений (подчеркнуть «ДА» или «НЕТ»)
 - a) *Аудитория обладает индивидуальными особенностями, которые влияют на выбор, использование и результат воздействия массовой коммуникации – ДА/НЕТ*
 - b) *В многоступенчатом потоке влияния массовой коммуникации средства массовой коммуникации могут быть задействованы на разных этапах коммуникации – ДА/НЕТ*
 - c) *Эффект первого лица – это уверенность человека в том, что массовая коммуникация оказывает на него меньшее влияние, чем на других людей – ДА/НЕТ*
 - d) *Средства массовой коммуникации влияют на унификацию представлений аудитории о мире, событиях и пр. – ДА/НЕТ*
 - 7. Приведите примеры реализации социально-когнитивной теории.
 - 8. Перечислите коммуникативные барьеры, относящиеся к технологическим факторам.
 - 9. Взаимодействие с природой – это коммуникация? Почему?

Терминологический диктант

Основное понятие	Содержание понятия
Массовая информация	
Массовая аудитория	
Журналистика как социальный институт	
Журналисты	
Функции и принципы журналистики	
Система средств массовой информации	
Свобода журналистики	
Журналистская деонтология	
Профессиональные качества журналиста	
Информационная политика	
Типы творчества в журналистике	
Методологическая культура журналиста	

3.2. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

33. Основные подходы к определению коммуникации. Понятия «информация», «знак», «код», «кодирование», «декодирование».
34. Характеристика и виды массовой коммуникации.
35. Модели коммуникации Аристотеля, Лассуэлла, Берло.
36. Модели коммуникации по Дж. Грюнигу.
37. Коммуникативные шумы.
38. Понятие «дискурс», «общественность», «целевые аудитории», «коммуникация», «публичная коммуникация», «паблицитный капитал».
39. Сущностные характеристики связей с общественностью, журналистики и рекламы.
40. Теория повестки, культивации, социально-когнитивная теория.
41. Правовое регулирование массовой коммуникации. Профессиональная этика.
42. Журналистика, PR, реклама как социальные институты.
43. Типология связей с общественностью, рекламы, журналистики.
44. Понятия «журналистика», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации», «пресса», «публицистика», «массмедиа»
45. Новость и информационный повод как ключевые понятия ньюсмейкинга.
46. Типология групп PR-общественности.
47. Жанрообразование в рекламных и PR коммуникациях.
48. Информационные и художественно-публицистические жанры журналистики.
49. Роль коммуникаций в стратегии предотвращения разрушительных форм конфликтного взаимодействия.

50. Этапы создания специального мероприятия. Классификация специальных мероприятий.
51. Теории распространения информации в обществе.
52. Публичные коммуникации в кризисных ситуациях.
53. Этапы планирования и проведения коммуникационной кампании.
54. Количественные и качественные методы исследования.
55. Техники креативного мышления.
56. Мультимедиа, кроссмедиа, трансмедиа.
57. Функции невербальной коммуникации. Типы и виды невербальной коммуникации.
58. Понятие интегрированных коммуникаций, типология, уровни.
59. Интернет-коммуникации в системе интегрированных коммуникаций.
60. Встраивание бренда в художественное произведение (кино, книга, компьютерная игра, театр и др.)
61. Формулы стратегических коммуникаций.
62. Модели социально-коммуникативных технологий.
63. Принципы успешной коммуникационной деятельности.
64. Оценка эффективности управления коммуникациями.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. ТЕКУЩАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Для оценивания результатов обучения в виде **знаний, умений и владений** используются следующие виды деятельности:

4.1.1. Контрольные работы (тесты и терминологические диктанты с выбором вариантов ответов или с конструируемым ответом и др.)

Правильных ответов могут быть не один, а несколько. Или даже все ответы могут быть правильными.

Критерии оценки:

- «Зачтено»: более половины ответов на закрытые вопросы правильны, на открытые вопросы даны развернутые ответы.
- «Не зачтено»: менее половины правильных ответов, на открытые вопросы не даны развернутые ответы.

4.1.2. Коллоквиум – форма текущего контроля знаний студентов, которая проводится в виде собеседования преподавателя и студента по самостоятельно подготовленной студентом теме. В рамках текущего курса студентам предложены для чтения, анализа и обсуждения книги «Психология влияния» (Р.Чалдини) и «Никаких переговоров» (К.Восс).

Критерии оценки:

- «Зачтено»: студент принимал активное участие в обсуждение темы или в раскрытии содержания темы, имеются необходимые практические навыки работы с представленным материалом;
- «Не зачтено»: практическое и теоретическое содержание материала не раскрыто, качество участия в обсуждении или дискуссии оценено минимально.

4.1.3. Рефераты/эссе – краткое письменное изложение материала по определенной теме.

Учащийся вправе предложить на рассмотрение иную тему по пройденному материалу и смежной тематики, не охваченной программой дисциплины, и по согласованию с преподавателем подготовить соответствующее сообщение/реферат.

Структура доклада или реферата:

1. Титульный лист.
2. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.
3. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.
4. Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу -

обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

5. Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

6. Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

7. Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

8. Объемы письменной работы – от 5 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм слева и 15 мм справа, рекомендуется шрифт 12-14 кегля, интервал – 1,5.

9. При написании и оформлении реферата следует избегать типичных ошибок, например, таких:

- поверхностное изложение основных теоретических вопросов выбранной темы, когда автор не понимает, какие проблемы в тексте являются главными, а какие второстепенными,
- в некоторых случаях проблемы, рассматриваемые в разделах, не раскрывают основных аспектов выбранной для реферата темы,
- дословное переписывание книг, статей, заимствования рефератов из интернет и т. д.

4.2. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Форма промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет

2 семестр – зачет

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором студенты получают общую установку преподавателя и перечень основных требований к текущей и итоговой отчетности. Материал осваивается планомерно, руководствуясь, прежде всего, перечнем вопросов к зачету. В течение семестра происходят пополнение, систематизация и корректировка студенческих наработок, освоение нового и закрепление уже изученного материала. Лекции, практические занятия (семинары), письменные работы и обсуждения являются важными этапами подготовки к зачету, поскольку студент имеет возможность оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. Студент должен обладать базовыми знаниями по соответствующей дисциплине.

