

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.04 «ПРИКЛАДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Направление подготовки *магистратура* **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 <i>магистратура</i> Дисциплина Б1.В.04 «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		
	Код и наименование компетенции	Индикаторы	Дескрипторы
	Универсальные компетенции (УК)		
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. УК-4.2. Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем. УК-4.5. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения.	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. Знать: особенности стилистики официальной и неофициальной переписки на русском языке. Уметь: учитывать особенности стилистики официальной и неофициальной переписки на русском языке. Владеть: способностью вести деловую переписку на русском языке. Знать: правила публичного выступления на русском языке. Уметь: учитывать особенности аудитории и цели общения в публичном выступлении на русском языке.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК) и индикаторы их достижения			
ОПК-1.	Способен применять в профессиональной деятельности, в том числе в педагогической, широкий спектр коммуникативных стратегий и тактик, риторических и стилистических приемов, принятых в разных сферах коммуникации	<p>1.1_М.ОПК-1. Осуществляет профессиональную коммуникацию в научной, педагогической, информационно-коммуникационной, переводческой и других видах филологической деятельности.</p> <p>4.1_М.ОПК-1. Свободно использует стилистические и языковые нормы и приемы в различных видах устной и письменной коммуникации</p>	<p>Знать: специфику осуществления профессиональной научной филологической коммуникации на государственном языке Российской Федерации</p> <p>Уметь: применять различные виды и формы профессиональной научной филологической коммуникации на государственном языке Российской Федерации</p> <p>Владеть: коммуникативными навыками в процессе профессионального научного филологического взаимодействия на государственном языке Российской Федерации</p> <p>Знать: специфику устной и письменной форм коммуникации, законы и принципы их построения.</p> <p>Уметь: логически и связно мыслить, компоновать и систематизировать материал для выражения своих мыслей; оценивать собственную устную и письменную речь; создавать публичное монологическое высказывание на определенную тему; принимать участие в дискуссиях, анализировать аргументацию участников дискуссии; использовать разные виды устной и письменной коммуникации на иностранном языке в профессиональной деятельности; осуществлять поиск необходимой информации для решения профессиональных задач из зарубежных источников.</p> <p>Владеть: системой методологических принципов и методических приемов исследования в области филологии</p>

4	Структура и содержание дисциплины				
4.1. Структура дисциплины					
Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра			
		1	2		
Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:	4	2	2		
Курсовой проект (работа)					
Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числе:					
Лекции		32	34		
Практические занятия, семинары		32	32		

Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:		8	6		
КСР					
Зачет					
Общая трудоемкость дисциплины	144	72	72		

4.2. Содержание дисциплины

1	Базовое понимание коммуникации	Основные подходы: философский, социолого-психологический, технологический, лингвистический и другие. Типология, конструкции. Модели Аристотеля, Лассуэлла, Берло, Шеннона-Универа, Осгуда-Шрамма.
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. Медиарейтинги. 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 цикличного 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 Смит 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	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.
5.	Образовательные технологии <i>При подготовке магистров-филологов используются следующие основные формы проведения учебных занятий:</i> <ul style="list-style-type: none"> • интерактивные лекции; • лекции-пресс-конференции; • тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков; • групповые, научные дискуссии, дебаты. 	
6.	Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы	

	www.openedu.ru www.advertology.ru www.sovetnik.ru www.raso.ru www.sostav.ru www.adme.ru
7.	Формы текущего контроля
	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.
8.	Форма промежуточного контроля
	<i>Зачет</i>

Разработчик: к.п.н., ст.преподаватель кафедры русской и зарубежной литературы Баркинхоева З.М.