

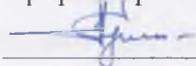
**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра рекламы и PR-технологий

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 А. Н. Кулиш

 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ**

Уровень основной образовательной программы – бакалавриат

Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

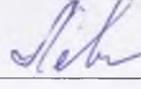
Статус дисциплины – базовая

Учебный план 2021 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная							Заочная									
Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ. (семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час.	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ. (семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час.	Контрольная работа	Форма контроля
1	1,2	144/4	70	34	36	74	Экзамен (1). Диф.зач (2)	2	3,4	144/4	16	8	8	128	+	Экзамен (1). Диф.зач (2)
2	3,4	144/4	70	34	36	74	Экзамен (3) К/р (4)	3	5,6	144/4	16	8	8	128	+	Экзамен (3) К/р (4)
3	5,6	144/4	66	34	32	78	Экзамен (6)	4	7	144/4	16	8	8	128	+	Экзамен (6)
Всего		432/12	206	102	104	226		Всего		432/12	48	24	24	384	+	

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП и ГОС ВО.

Программу разработал  О.Б. Левченкова, канд.филол.наук, доцент кафедры рекламы и PR-технологий

Рассмотрено на заседании кафедры рекламы и PR-технологий (ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»)

Протокол № 1 от 27.08. 2021 г. Зав. кафедрой  Е.А. Лобовикова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Теория коммуникаций» является базовой частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриата) и адресована студентам 1,2,3 курсов (I-VI семестры) направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М.Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с методологией и историей становления теории коммуникации как науки, законов коммуникации, видов, типов и форм, стратегий и тактик эффективной коммуникации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);
- письменная (письменный опрос, проверочные тесты).

И итоговый контроль в форме экзаменов, дифференцированного зачета и курсовой работы.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 12 зачетных единицы, 432 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 102 часа для очной формы обучения и 24 часа для заочной формы обучения, семинарские занятия - 104 часа для очной формы обучения и 24 часа для заочной формы обучения, самостоятельная работа - 226 часов для очной формы обучения и 384 часа для заочной формы обучения.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса состоит в том, чтобы ознакомить студентов с основными понятиями теории коммуникации, помочь овладеть терминологией, освоить методы исследования коммуникативных процессов, получить общее представление о смежных с теорией коммуникации гуманитарных дисциплинах, дать представление об основных подходах в осмыслении особенностей процесса коммуникации. В конечном итоге цель преподавания дисциплины заключается в том, чтобы достичь понимания фундаментальных проблем теории коммуникации во всей полноте и разнообразии, раскрыть роль коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

В задачи курса входят:

- изучение основ теории коммуникации как науки, ее предмета, законов, методов;
- освоение современных теорий и концепций коммуникации;
- обучение студентов анализу процессов социальной коммуникации в современном обществе;
- освоение разнообразных форм и уровней коммуникации;
- рассмотрение основных исследовательских подходов в изучении коммуникаций, применяемых в науке и практике;
- формирование базового уровня готовности к эффективной профессиональной деятельности.;
- выработка умения анализировать и интерпретировать тексты, грамотно ставить вопросы к изучаемым в ходе курса темам, для выявления их сущности;
- достижение понимания студентами связи теоретических положений дисциплины с практическими аспектами коммуникации.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Теория коммуникации» относится к базовой части. Данному курсу должно предшествовать изучение таких дисциплин, как «Философия», «Социология», «Психология», «История», «Введение в специальность», «Педагогика», «Мифология в рекламе и PR технологий», которые логически, содержательно и методически связаны с дисциплиной «Основы теории коммуникации». Данные дисциплины предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки самостоятельной аналитической работы и составляют теоретический и научно-методологический фундамент изучения курса «Теория коммуникаций».

Изучение дисциплины «Теория коммуникации» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Политология», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Культура и идеология в XXI в.», «Мировые коммуникационные процессы», «Сетевые средства массовой информации и коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Медиа технологии в рекламе и PR», «Проектирование рекламного продукта», «Копирайтинг», «Психология рекламной деятельности», «Имиджевые технологии», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Спичрайтинг», «Технологии PR в сфере политики», «Социология рекламы».

В программе, таким образом, учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Данная дисциплина формирует след компетенции:

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК-3	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-6	способность эффективно реализовывать актуальные задачи государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
ПК-14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности

В результате изучения дисциплины студент должен **знать**:

- роль и место теории коммуникации в системе гуманитарного знания;
- историю теории коммуникации;
- основные методологические подходы в исследовании коммуникации;
- специфику и роль семиотического подхода в исследовании коммуникации;
- сущность социальной коммуникации, ее место и роль в жизни человека и общества;
- базовые понятия, категории и концепции теории коммуникации;

- важнейшие этапы и особенности исторического развития коммуникации;
- особенности коммуникации в условиях современного информационного общества;
- способы передачи информации, общее и различия в коммуникации людей и животных;
- коммуникационные барьеры;
- условия эффективности коммуникационного процесса;
- формы и уровни коммуникационного процесса;
- типы, виды, формы и модели коммуникации;
- особенности межличностной и массовой коммуникации;
- особенности специализированных коммуникаций;
- основные характеристики системы средств массовой информации и коммуникации;
- коммуникативные технологии современного общества.

уметь:

- использовать в профессиональной деятельности модели коммуникации;
- •использовать основные законы теории коммуникации в своей профессиональной деятельности;
- применять теорию коммуникации для решения профессиональных задач;
- формулировать проблемы при планировании прикладных исследований коммуникации;
- применять коммуникативные знания, умения и навыки в профессиональной сфере;
- **владеть:**
- навыками анализа коммуникационных процессов в исторической ретроспективе и современных условиях;
- методами экспертной оценки коммуникационных проектов, внешних и внутренних коммуникационных мероприятий и кампаний;
- способностью оценивать социальные последствия коммуникационных мероприятий и кампаний, развития информационно-коммуникационных технологий.
- профессиональными коммуникативными навыками;
- способами и средствами получения, переработки и передачи информации.

5. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название тем	Количество часов											
	Очная форма						Заочная форма					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л	с	п	лаб	с.р.		л	с	п	лаб	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Курс 1. Семестр 1.												
Раздел I. Теории коммуникации												
Тема 1. Теория коммуникации в системе наук	18	2	4	-	-	10	18	1	1	-	-	16
Тема 2. Законы и категории теории коммуникации.	18	2	2			14	18	1	1	-	-	16
Тема 3. Коммуникативная деятельность и общение.	18	6	6	-	-	6	18	1	1			16
Тема 4. Коммуникационные каналы.	18	6	6	-	-	8	18	1	1		-	16
Всего за 1 семестр	72	16	18	-	-	38	72	4	4	-	-	64
Курс 1. Семестр 2.												
Раздел II. Историческое развитие коммуникаций												
Тема 1. Коммуникация как предмет в исследовании мысли.	24	4	4	-	-	16	24			-	-	24
Тема 2. Эволюция коммуникаций. Культурно-исторические формы коммуникаций.	24	8	8	-	-	8	24	2	2	-	-	20
Тема 3. Хронология общественных коммуникационных систем по А.В. Соколову.	24	6	6	-	-	12	24	2	2	-	-	20
Всего за 2 семестр	72	18	18	-	-	36	72	4	4	-	-	64
Всего часов	144	34	36	-	-	74	108	12	12	-	-	128
Курс 2. Семестр 3.												
Раздел III. Семиотика коммуникации												
Тема 1. Предмет семиотики, основные понятия и классификации	20	4	2	-	-	14	20	1	1	-	-	18

знаков.												
Тема 2. Синтактика, семантика и прагматика как основы отношения знаков.	16	2	2			12	16	1	1	-	-	14
Тема 3. Семиотика рекламы и PR.	36	10	12	-	-	14	36	2	2			32
Всего за 3 семестр	72	16	18	-	-	38	72	4	4	-	-	64
Курс 2. Семестр 4.												
Раздел IV. Коммуникативный процесс и виды коммуникаций												
Тема 1. Коммуникативный процесс.	14	4	4	-	-	6	14	1	1	-	-	12
Тема 2. Коммуникативная личность.	14	4	2	-	-	8	14	1	1	-	-	12
Тема 3. Разновидности и модели коммуникаций.	14	4	4	-	-	6	14	1	1	-	-	12
Тема 4. Межкультурная коммуникация.	14	4	4			8	14	1				13
Тема 5. Коммуникационные стратегии и тактики.	16	2	2			12	16		1			15
Всего за 4 семестр	72	18	18	-	-	36	72	4	4			64
Всего часов	144	34	36	-	-	74	144	8	8		-	84

Курс 3. Семестр 5.												
Раздел V. Политические коммуникации												
Тема 1. Специфика политических коммуникаций.	9	2	2	-	-	5	3	1		-	-	2
Тема 2. Структурная организация процесса политической коммуникации.	9	2	2			5	3			-	-	3
Тема 3. Символический аспект политической коммуникации.	9	2	2	-	-	5	3	1				2
Тема 4. Организация масс-медийной политической	9	2	2			5	3					3

коммуникации.												
Тема 5. Мобилизационные формы политической	9	2	2			5	6	1	2			3
Тема 6. Маркетинговые коммуникативные политические технологии.	9	2	2			5	6	1	2			3
Тема 7. Интернет как форма политической коммуникации.	9	2	2			5	9					9
Тема 8. Синтетические способы политической коммуникации.	9	2	2			5	6					6
Тема 9. Психологические аспекты политической коммуникации	9		2			7	6					6
Раздел VI. Обобщение и повторение пройденного материала.												
Тема 1. Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.	9	2	2	-	-	5	3	1	-	-		2
Тема 2. Исторические вехи возникновения и развития коммуникации.	9	2	2	-	-	5	6	1	-	-		5
Тема 3. Виды, типы и формы, функции, средства коммуникации.	9	2	2			5	3		1			2
Тема 4. Коммуникативный процесс и коммуникативные барьеры Структурные модели коммуникации.	9	4	2			5	9		1			8
Тема 5. Коммуникативная и языковая личность. Эффективность коммуникации.	9	2	2	-	-	5	6			-	-	6
Тема 6. Семиотика и	9	2	2			5	9					5

коммуникация. Семиотические аспекты рекламы и пиара.												
Тема7. Политические коммуникации. Межкультурные коммуникации.	9	2				7	9					9
Всего часов за 4 курс	144	34	32	-	-	78	144	8	8		-	128
Всего часов по дисциплине	432	102	104			226	432	24	24			384

6. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ I. ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ (1 КУРС, 1 СЕМЕСТР)

Тема 1. Теория коммуникации в системе наук.

Предметная область теории коммуникации. Структура коммуникативного знания. Междисциплинарный характер коммуникативного знания. Философская, социологическая, психологическая, лингвистическая, культурологическая и техническая грани коммуникации. Политология и коммуникация. Прикладные науки и коммуникация. Классификация и модели коммуникаций. Функции теории коммуникации.

Тема 2. Законы и категориальный аппарат теории коммуникации.

Законы коммуникации. Основные категории теории коммуникации. Материальная, техническая, психическая и социальная коммуникация. Социальная коммуникация как смысловая коммуникация. Проблема понимания. Псевдокоммуникация. Категории социального пространства и социального времени, коммуникативного пространства и времени. Понятия коммуникация, общение и информация. Различные подходы в определении понятий.

Тема 3. Коммуникативная деятельность и общение.

Общение как коммуникация и вид человеческой деятельности. Общение и познание, преобразование, оценочная деятельность и художественное творчество. Структура и типология общения (участники общения, код, канал и контекст). Типология участников (личности, группы, объективированные субъекты и квазисубъекты). Функциональное, интерперсональное и ролевое общение. Вторичная функционализация общения в контексте тоталитарной или массовой культур XX в. Виды, уровни и формы коммуникативной деятельности по А.В. Соколову. Микрокоммуникация. Медикоммуникация. Макрокоммуникация. Сотрудничество и конфликт в коммуникационной деятельности. Игра как творческое коммуникативное действие. Псевдоигра. Правда и ложь в коммуникативной деятельности.

Тема 4. Коммуникационные каналы.

Разновидности коммуникационных каналов. Устная коммуникация. Схема устной коммуникации. Функции естественного языка и речи. Проект искусственного международного языка эсперанто. Коммуникационные барьеры. Документная коммуникация. Функции документов. Система документной коммуникации в XX веке. Коммуникационные барьеры. Цензура как орудие коммуникационного насилия. Электронная коммуникация. Маршалл Маклюэн — пророк электронной коммуникации. Функции электронной коммуникации. Коммуникационные барьеры. Глобальная коммуникационная система Интернет.

РАЗДЕЛ II. ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КОММУНИКАЦИЙ. (1 КУРС, 2 СЕМЕСТР)

Тема 1. Коммуникация как предмет исследования в истории мысли.

Проблема коммуникации в античной культуре. Привлечение интереса к проблемам языка софистами. Платон о происхождении языка в диалоге «Кратил». Аристотель и Цицерон о риторике. Целостная риторическая система Квинтилиана. Христианское осмысление человеческих отношений. Существо приоритетности не индивидуального, а «соборного» (церковного) существования человека. Искусство экзегетики и гомилетики. Рождение антропоцентрической картины мира в эпоху Возрождения и Нового времени. Расцвет риторического искусства в эпоху Возрождения и его упадок в эпоху Просвещения. Разработка теорий социального договора. Проблемы коммуникации в фундаментальных исследованиях XX – начала XXI вв. Скрытые механизмы, определяющие человеческие взаимоотношения в современном мире («отчуждаемый труд» – К. Маркс, человек – «ресентимент» – Ф. Ницше, «бессознательное» – З. Фрейд, «поле отношений власти» – М. Фуко, мир «симулякров» – Ж. Бодрийяр). Разработки теории понимания (герменевтики). Семиотика как наука о знаках. Структурная лингвистика Ф. Соссюра. Воля к коммуникации: понятие экзистенциальной коммуникации в философии К. Ясперса. «Языковые игры» (Л. Витгенштейн, П. Уинч).

Тема 2. Эволюция коммуникаций. Культурно-исторические формы коммуникации по И.И. Докучаеву.

Коммуникация у животных. Различия коммуникации животных и человека. Возникновение языка. Теории происхождения языка: божественного происхождения, звукоподражания, теория междометий (эмоциональная теория), трудовая теория. Первобытное общество и функциональное общение. Предковые, примитивные, переходные и классические формы человека. Каналы (практические, символические и практически-символические) и контексты (семья, охота, земледелие, религиозный культ, торговля, политика, война) функционального общения. Общинно-родовая форма (ритуально-мифологическая) первобытного мировосприятия. Обобщения через партиципацию. Пралогическое мышление. Коммуникация в земледельческих и скотоводческих обществах. Аристократическая форма господства в эпоху античности. Кризис функционального общения в Античном мире и рождение творческой личности. Рождение интерперсонального и ролевого общения. Политическое общение Античности. Война, судебная и политическая риторика. Модификация религиозного функционального общения. Соревнование (агон) и игра. Теоцентрическая определенность связности сущего в средневековом мире. Религиозное функциональное общение. Город как среда формирования новых типов общения как начало перехода от традиционной к креативной культуре. Интерперсональное и ритуальное общение в креативной культуре. Человеческий разум как законодатель отношений в эпоху Нового времени. Новоевропейский и традиционный, городской и сельский типы коммуникации. Становление ролевого общения в эпоху абсолютизма, становление интерперсонального общения в эпоху романтизма и позитивизма и кризис ролевого и интерперсонального общения в эпоху массовых коммуникаций.

Тема 3. Хронология общественных коммуникационных систем по А.В. СОКОЛОВУ. Развитие технических средств коммуникации.

Понятие коммуникационной системы и ее эволюция. Понятие коммуникативной революции. Уровни коммуникационной культуры. Археокультурная словесность. Палеокультурная книжность. Развитие технических средств коммуникации: письменность (предметное письмо, пиктография, иероглифическое письмо, изобретение алфавита). Мануфактурная неокультурная книжность, книгопечатание (изобретение печатного станка, «эра Гуттенберга»). Индустриальная неокультурная книжность, рост журнально-газетной индустрии). Мультимедийная коммуникационная культура. Электронные средства (телеграфия, телефон, радиосвязь, телевидение, компьютер, глобальная сеть).

РАЗДЕЛ III. СЕМИОТИКА КОММУНИКАЦИЙ (2 КУРС, 3 СЕМЕСТР)

Тема 1. Предмет семиотики, основные понятия и классификации знаков.

Предмет семиотики и ее ключевые понятия: семиотика, семиозис, знак, знаковая система, язык, естественный, искусственный языки, текст, семиосфера, язык культуры, смысл, код, смысловые коммуникации. Значения и функции коммуникативных знаков: репрезентативная, экспрессивная, прагматическая. Классификация знаков. Знаки-копии, знаки-признаки, знаки-сигналы. Натуральные знаки. Образные знаки. Конвенциональные знаки. Языковые и неязыковые, интенциональные и неинтенциональные знаки.

Два основных течения в семиотике — семиология Ф. Сосюра и классификация знаков Ч.С. Пирса. Классификация знаков по Ч.С. Пирсу. Индексальные знаки. Иконы. Символы. Особенности символических знаков. Ценностный характер символов. Мифологическое сознание и символы. Ю.М. Лотман о символах в культуре. Символ как механизм коллективной памяти. Виды символов. Символы в рекламе.

Тема 2. Синтактика, семантика и прагматика как основы отношения знаков.

Ч. Моррис и условное деление семиотики на три части: семантику, синтактику, прагматику. Определения семантики, синтактики, прагматики. Отношения знак-смысл, знак-знак, знак-человек. Взаимосвязь синтактики семантики и прагматики. Особенности синтаксиса в рекламе и пиаре. Примеры рекламных синтаксических конструкций: парцеллирования, сегментирования, вопросно-ответные конструкции, антитезы, контрасты, риторические вопросы и восклицательные предложения и т.д.

Тропы: метонимия, метафора и виды метафор, эпитет, сравнение в рекламе и пиар-деятельности.

Тема 3. Семиотика рекламы и PR.

Историческая динамика рекламного дискурса и семиотика. Реклама в постиндустриальном обществе. Реклама как часть массовой культуры. Формирование типа человека потребителя. Миф и реклама. Специфика мифологического сознания. Связь мифологического образа и рекламы. Нарративные механизмы рекламных коммуникаций. Понятие нарратива. В. Пропп «Морфология волшебной сказки». Принципы анализа Проппа и реклама. Конкуренции историй. Магическая сила бренда.

Специфика отражения гендерных проблем в сфере рекламы. Понятие гендер. Сексуальность как важный элемент гендерной идеологии. Специфика соотношения художественного и прагматического в рекламе. Оппозиция искусство-реклама. Постмодернизм и реклама. Ж. Бодрийяр об обществе потребления и рекламе. Понятие симулякра.

У. Эко о кодификационных уровнях рекламной коммуникации. У.Эко Р. Барт о значимость коннотативного уровня в рекламе. Джон Фiske и Джон Хартли о визуальных знаках в телевидении. Джудит Уильямсон о функциях рекламы наряду с искусством и религией, о техниках рекламы, символизации в рекламе и др.

Массовая культура и семиотика PR-коммуникаций. Знаковые фигуры, символы успеха и неуспеха. Политика и создание имиджа. Образ супермена. У. Эко о характеристиках супергероев и типе злодея. Джон Фiske о семиотической идее джинсов, о поп-музыке. Мадонна как текст. Семиотические характеристики поп-культуры. Мужская культура и насилие как символизм мужского статуса. Мыльная опера как коммуникативная структура. У.Эко о политических пиар-акциях. Миф как техника PR. Миф и психологические войны. Миф о герое. Типы героев (Г. Почепцов). Анализ формирования мифа о герое и этапы формирования мифа. (на конкретном примере).

Политический PR: создание имиджа политика. Политика как создание миров знаковыми способами. Имидж как символический образ. Конструирование имиджа. Роль визуальной коммуникации в культуре и политике. Визуальные войны. Язык поз и жестов.

Знаковое выражение властных отношений и социальной иерархии. Язык одежды. Мундир и римская тога. Преобладание женской моды.

РАЗДЕЛ IV. КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС И ВИДЫ КОММУНИКАЦИЙ (2 КУРС, 4 СЕМЕСТР)

Тема 4. Коммуникационный процесс.

Элементы процесса коммуникации. Отправитель. Сообщение. Канал. Получатель. Этапы процесса коммуникации. Зарождение идеи. Кодирование и выбор канала. Передача. Декодирование сообщения. Обратная связь. Шумы. Эффективность коммуникации. Ошибки коммуникации. Основные проблемы коммуникаций в менеджменте. Плохо сформулированные сообщения. Ошибочный перевод. Потери в процессе передачи или хранения.

Тема 5. Коммуникативная личность.

Понятие и структура личности. Коммуникативная личность. Сущность и содержание. Типы коммуникативной личности: доминантный коммуникант. Мобильный коммуникант. Ригидный коммуникант. Интровертный коммуникант. Трансакционная модель коммуникативной личности. Языковая личность. Коммуникативная компетентность личности.

Тема 6. Разновидности коммуникаций.

Интерперсональная коммуникация. Межличностная коммуникация. Интерактивная модель межличностной коммуникации. Психологические и социальные характеристики коммуникации. Групповая коммуникация. Массовая коммуникация. Функции средств массовой коммуникации, методы исследования массовой коммуникации.

Тема 7. Межкультурная коммуникация.

Сущность и специфика понятий «взаимодействие культур» и «межкультурная коммуникация». Формы межкультурной коммуникации: прямая, косвенная, опосредованная и непосредственная. Контексты коммуникации. Межкультурная коммуникация на микро и макроуровнях. Контркультурная коммуникация. Коммуникация среди социальных классов и групп. Коммуникации между представителями различных демографических групп. Межэтническая коммуникация. Межкультурная коммуникация на макроуровне. Результаты межкультурной коммуникации. Межкультурная коммуникативная компетентность.

Тема 8. Коммуникационные стратегии и тактики.

Понятия коммуникативной стратегии, тактики, намерения. Манипулятивные стратегии. Конвенциональные стратегии. Презентационные стратегии. Коммуникативная тактика. Коммуникативный опыт. Манипуляционные технологии и их цели. Задачи конвенциональной коммуникационной стратегии. Рекламный дискурс: стратегии и тактики. Эффективность стратегии.

РАЗДЕЛ V. ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ (3 КУРС, 5 СЕМЕСТР)

Тема 1. Специфика политических коммуникаций.

Понятие политических коммуникаций, основные аспекты и способы политической коммуникации. Диалогические и монологические политические коммуникации. Системно-функциональные концепции политической коммуникации. Концепции К. Дойча, Ю. Хаберрмаса, Н. Лумана. Значение политической коммуникации в современном мире. Усиление роли политики в процессе глобализации. Информация как политический ресурс.

Тема 2. Структурная организация процесса политической коммуникации.

Структура и уровни политической коммуникации. Структура политической коммуникации Г. Лассуэлла. М. Маклюэн о понятии «холодных» и «горячих» средств коммуникации. Сообщение, информация и текст как элементы политической коммуникации. Различение «сообщения» и «информации» по Н. Луману. Сообщение и текст по Г.

Почепцову. Роль посредника в процессе политической коммуникации. Г. Лассуэл о различении понятий «коммуникатор» и «коммуникант». Коммуникант, посредник как переводчик. Семиотические аспекты политической коммуникации. Способы

политического влияния на семиозис: блокирование текстов; унификация знаковых систем, утилитаризация знаковых систем, управление досугом.

Тема 3. Символический аспект политической коммуникации.

Специфика и значение символической коммуникации. Виды политических символов: идентификации, требований, ожиданий. Символ как сакрализация политических ценностей. Политическое управление символической коммуникацией. Символическое время и символическое пространство. Эксплуатация семиотики победы и поражения. Символика цвета как элемент политической коммуникации.

Тема 4. Организация масс-медийной политической коммуникации.

Понятие и специфика масс-медийной коммуникации. Событийная организация коммуникативного пространства в масс-медиа. Подача политических новостей. Разыгрывание новостей (ток-шоу, телесериалы, сатирические новости, новостные скандалы). Критерии делания новостей. Режессирование событий. Политические факторы организации масс-медийной коммуникации. Управление новостями и основные характеристики современной новостной повестки дня. Влияние СМИ на формирование общественного мнения. П. Лазарсфельд о «двухступенчатом пороге коммуникации». Политика, СМИ, реклама.

Тема 5. Мобилизационные формы политической коммуникации.

Понятие и специфика мобилизационной политической коммуникации. Пропагандистские коммуникативные технологии. Основные характеристики пропагандистских политических технологий (эмоциональность, символизм, упрощенность, многократность повторения, имплицативный эффект — видимость самостоятельного выбора). Рациональные технологии: ярлыки, диверсия внимания, логические ловушки, героизация, семантическое манипулирование (разведчик, шпион). Иррациональные технологии: якорение пикового опыта, ловушки для сознания, слова-якори и др. Приемы НЛП. Мифотворчество как пропагандистская технология. Мобилизационные способы политической коммуникации: пропаганда и агитация (вербальная, символическая, образная), идеологическая диверсия (отклонение, отвлечение), психологическая война.

Тема 6. Маркетинговые коммуникативные политические технологии.

Понятие и формы маркетинговой политической коммуникации. Основные разновидности маркетинговых политических коммуникаций: политическая реклама, политический пиар, имиджмейкинг, брэндинг. Принципы маркетинговых политических коммуникаций. Основные маркетинговые коммуникативные технологии. Принципы политической рекламы. Пропагандистская, сравнительная и негативная реклама. Пиар-технологии. Отличие пиара. Имиджмейкинг как современная маркетинговая технология. Основные функции и задачи.

Тема 7. Интернет как форма политической коммуникации.

Специфика политической Интернет – коммуникации (отсутствие цензуры, атомизация, демассификация, анонимность и виртуальность, отсутствие временных и пространственных ограничений, сарафанное радио). Формы политического использования Интернет. Идеология Интернет – коммуникации. Идеология коммуникационной утопии. «Деидеологизация» Интернет-коммуникации посредством коммерциализации. Новый вид неравенства — неравенство в доступе к информации. Понятие и направления деятельности электронного правительства. Идеи электронной демократии. Задачи и цели электронного правительства. Электронное лидерство. Электронное голосование.

Тема 8. Синтетические способы политической коммуникации.

Использование слухов и сплетен в политической коммуникации. Неформальные политические коммуникации: слухи, сплетни, анекдоты, политические карикатуры. Виды слухов. Эффективность слухов. Направления использования слухов. Функции

(эгалитаризации, идентификации, критическая) и значение смеха в политической коммуникации. Политический анекдот в современном коммуникативном пространстве. Классификация политических анекдотов и их специфика.

Тема 9. Психологические аспекты политической коммуникации.

Психологические аспекты невербальной политической коммуникации (позы, жесты, мимика). Психологические аспекты вербальной политической коммуникации (речи, выступления, дискуссии, интервью). Риторические особенности вербальной политической коммуникации. Факторы эффективности политического выступления. Уровни непонимания. Риторические приемы манипуляции. «Эриксоновский гипноз», метод Геббельса, использование слухов, замалчивание, перевод стрелок, наклеивание ярлыков, стереотипы и др.

РАЗДЕЛ VI. ОБОБЩЕНИЕ И ПОВТОРЕНИЕ ПРОЙДЕННОГО МАТЕРИАЛА (3 КУРС, 6 СЕМЕСТР)

Тема 1. Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.

Предмет теории коммуникации. Понятие коммуникации специалистами различных наук. Междисциплинарный характер коммуникативного знания. Объект теории коммуникации. Категориальный аппарат теории коммуникации. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время. Законы коммуникации. Коммуникативная деятельность и каналы коммуникации. Познавательная, методологическая и прогностическая функции теории коммуникации.

Тема 2. Исторические вехи возникновения и развития коммуникации.

Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Коммуникация в животном мире. Ранние формы человеческой коммуникации. Эволюция коммуникации по И.И. Докучаеву. Традиционная культура и функциональное общение. Креативная культура, интерперсональное и ролевое общение. Коммуникативные революции по А.В. Соколову (возникновение письменности; изобретение печатного станка; внедрение электронных масс-медиа). Археокультурная словесность и палеокультурная книжность. Мануфактурная неокультурная книжность, книгопечатание. Мультимедийная коммуникационная культура. Электронные средства коммуникации. Компьютерная глобальная сеть.

Тема 3. Виды, типы и формы, функции, средства коммуникации.

Многообразие коммуникаций и их классификация. Различные подходы к выделению типов коммуникации, типология коммуникаций: массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня, внешние и внутренние коммуникации, непосредственные (прямые) и опосредованные коммуникации, активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации. Микрокоммуникация, медикоммуникация, макрокоммуникация по А.В. Соколову. Игра как коммуникация.

Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Реклама как вид коммуникации. Офисные коммуникации. Конфликтные и протестные коммуникации.

Интерперсональная коммуникация. Межличностная коммуникация. Сущность и функции межличностной коммуникации. Специализированные коммуникации. Профессионально-ориентированные виды коммуникаций. Коммуникации в организациях. Особенности маркетинговых коммуникаций. Офисные коммуникации. Политические коммуникации. Публичные и межкультурные коммуникации, их особенности и формы.

Массовая коммуникация. Сущность и функции массовой коммуникации.

Функции коммуникации. Потребности человека как главная причина коммуникаций. Эмотивная, конативная, референтивная, поэтическая, фатическая, метаязыковая функции коммуникации. Экспрессивная, апеллятивная, репрезентативная, познавательная, оценочная,

аффективная и другие функции коммуникации. Средства коммуникации. Вербальные и невербальные, несловесные, устные, письменные средства коммуникации.

Тема 4. Коммуникативный процесс и коммуникативные барьеры Структурные модели коммуникации.

Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства. Модель Аристотеля. Модель Лассуэлла. Модель Шеннона-Уивера. Модель М. де Флера. Станфордская модель коммуникации (ИСКП) как базовая при рассмотрении элементов коммуникационного процесса. Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса.

Структурные компоненты коммуникации. Коммуникатор (адресант), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция, как составные части коммуникативной цепи. Влияние каждого звена на эффективность коммуникации.

Аргументация в коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.

Тема 5. Коммуникативная и языковая личность. Эффективность коммуникации.

Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности. Понятие языковой личности. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Типы коммуникативной личности. Оценка коммуникативной личности: соотношение социальных и коммуникативных характеристик, индивидуальное и социальное.

Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, когнитивные, физические, языковые, технические. Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации. Совместимость деловых партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.

Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста. Коммуникативная культура. Возрастание роли коммуникативной компетентности в современных условиях.

Тема 6. Семиотика и коммуникация. Семиотические аспекты рекламы и пиара.

Основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем. Синтактика, семантика, прагматика. Специфика синтаксиса в рекламе. Тропы: метонимия, метафора, эпитет, сравнение. Миф и реклама. Нарративные механизмы рекламных коммуникаций. У. Эко о кодификационных уровнях рекламной коммуникации. Р. Барт, и У. Эко о значимости коннотативного уровня рекламы. Массовая культура и семиотика PR-коммуникации. Миф как техника PR. Политический PR: создание имиджа политика. Роль визуальной коммуникации в культуре и политике. Язык поз и жестов. Язык одежды.

Тема 7. Политические коммуникации. Межкультурные коммуникации.

Понятие политических коммуникаций. Диалогические и монологические политические коммуникации. Усиление роли политики и глобализация. Информация как политический ресурс. Специфика и значение символической коммуникации. Символ как сакрализация политических ценностей. Понятие и специфика масс-медийной коммуникации. Событийная организация коммуникативного пространства в масс-медиа. Понятие и специфика мобилизационной политической коммуникации. Пропагандистские коммуникативные технологии. Понятие и формы маркетинговой политической коммуникации. Основные разновидности маркетинговых политических коммуникаций: политическая реклама, политический пиар, имиджмейкинг, брэндинг. Неформальные политические коммуникации: слухи, сплетни, анекдоты, политические карикатуры.

Коммуникация и культура. Межкультурная коммуникация и этапы адаптации к иной культуре. Этнический и национальный уровни коммуникации. Типологизация культур и

коммуникация. Индивидуалистические и коллективистские типы культуры и коммуникация. Глобализация и межкультурная коммуникация. Межкультурные коммуникации в международных отношениях.

Международные коммуникативные потоки. Межкультурная коммуникативная компетентность.

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

1. работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
2. поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
3. выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, реферата по изучаемой теме;
4. изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
5. подготовка к семинарским занятиям;
6. для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
7. подготовка к зачету.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ (I СЕМЕСТР)

Тема 1. Теория коммуникации в системе наук.

План (Семинар 1.)

1. Предметная область теории коммуникации. Структура коммуникативного знания.
2. Междисциплинарный характер коммуникативного знания. (Философская, социологическая, психологическая, лингвистическая, культурологическая и техническая грани коммуникации.)

(Семинар 2.)

3. Прикладные науки и коммуникация.
4. Классификация коммуникаций. Модели коммуникаций.
5. Функции теории коммуникации.

Термины: коммуникация, общение, информация, социальная коммуникация, культура, модель коммуникации, виды коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Чем объясняется повышенный интерес современного общества к коммуникативному знанию?
Грани коммуникативного знания по А.Соколову.
Специфика теории коммуникации среди других наук, изучающих коммуникацию.

Литература: [1. С. 12-26; 2. С. 5-21; 3. С.9-29; 4. С.14-24; 5. С.5-13].

Тема 2. Законы и категории теории коммуникации.

План (Семинар 3.)

1. Законы коммуникации.
2. Понятие коммуникации (Материальная, техническая, биологическая, социальная коммуникация).

3. Социальная коммуникация как смысловая коммуникация.
4. Коммуникация, общение и информация.
5. Социальное пространство и время и коммуникативное пространство и время.

Термины: коммуникация, общение, информация, социальная коммуникация, смысловая коммуникация, техническая коммуникация, социальное пространство, социальное время, коммуникативное пространство, коммуникативное время.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Коммуникация и общение: подходы в определении.
Значение понятия информации для теории коммуникации.
Астрономическое пространство и время, коммуникативное пространство и время: в чем различие.

Литература: [1.С. 12-26; 2. С. 17-22; 3. С.29-69; 4. С.292-298].

Тема 3. Коммуникативная деятельность и общение.

План (Семинар 4.)

1. Общение как коммуникация и вид человеческой деятельности. Структура общения.
2. Общение, познание, оценочная деятельность и художественное творчество.
3. Коммуникативное действие, коммуникативный акт и коммуникативное взаимодействие.

(Семинар 5.)

4. Виды, уровни и формы коммуникативной деятельности по А.В. Соколову.
 - а) Микрокоммуникация
 - б) Медикоммуникация
 - в) Макрокоммуникация

(Семинар 6.)

7. Сотрудничество и конфликт в коммуникационной деятельности.
8. Игра как творческое коммуникативное действие. Псевдоигра.
9. Правда и ложь в коммуникативной деятельности.

Термины: коммуникация, общение, познание, художественное творчество, оценка, микрокоммуникация, медикоммуникация, макрокоммуникация, сотрудничество, конфликт, игра.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Й. Хейзинга о значении игры в развитии культуры и коммуникации.
Искусство как коммуникативная деятельность.
Реклама как разновидность коммуникации.
Псевдоигра как коммуникация и ее роль в обществе.
Игровое начало в рекламе.

Литература: [1.С. 14-20; 2. С.167-185; 3. С.83-93; 4. С.22-49].

Тема 4. Коммуникационные каналы.

План

(Семинар 7)

1. Понятие и разновидности коммуникационных каналов.
2. Устная коммуникация.
3. Функции естественного языка и речи.
4. Коммуникационные барьеры.

(Семинар 8).

5. Проект искусственного международного языка эсперанто.
6. Документная коммуникация. Функции документов.
7. Система документной коммуникации в XX веке.
8. Коммуникационные барьеры.

(Семинар 9).

9. Цензура как орудие коммуникационного насилия.
10. Электронная коммуникация.
11. Функции электронной коммуникации. Коммуникационные барьеры.
12. Глобальная коммуникационная система Интернет.

Термины: коммуникационный канал, устная коммуникация, естественный язык, речь, эсперанто, цензура, коммуникационный барьер, документальная коммуникация, электронная коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Значение языка в коммуникативной деятельности.
Небербальный коммуникационный канал.
Естественный язык и понимание.
Естественные и искусственные языки.
Виды коммуникационных каналов.
Коммуникационные барьеры и пути их преодоления.
Особенности общения в Интернете.

Литература: [1. С. 71-111; 2. С. 35-59; 3. С.41-53].

РАЗДЕЛ II. ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1. Коммуникация как предмет в исследовании мысли.

Семинар 1.

1. Проблема коммуникации в античной философии.
2. Проблема коммуникации в Средние века. Искусство экзегетики и гомилетики.
3. Проблема коммуникации в эпоху Возрождения и Новое время.

Семинар 2.

4. Проблемы коммуникации в фундаментальных исследованиях XX – начала XXI вв.
 - а). Социальная психология и психоанализ о коммуникации.
 - б). Философия экзистенциализма.
 - в). Лингвистическая философия и символический интеракционизм.
 - г). Семиотика и коммуникация.

5. Технократические подходы к изучению коммуникации.
6. Теории массовой коммуникации.

Термины: коммуникация, общение, экзегетика, гомилетика, психоанализ, семиотика, экзистенциализм, символический интеракционизм, технократический подход, массовая коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Софисты и искусство риторики.
Классическая античная философия об искусстве общения.
Библия и искусство толкования текста.
Психоанализ: диалог с бессознательным.
Экзистенциализм и проблема другого.
Символические коммуникации в обществе.
Г. Маклюэн о связи технологического развития общества и коммуникаций.
Семиотическая модель коммуникации Ю. Лотмана.

Литература: [1. С. 35-49; 2. С. 35-59; 3. С.41-53 ; 4. С. 26-41].

Тема 2. Эволюция коммуникаций. Культурно-исторические формы коммуникаций по И. Докучаеву.

Семинар 3.

1. Коммуникация у животных.
2. Различия коммуникации животных и человека.
3. Возникновение языка. Теории происхождения языка.

Семинар 4

4. Первобытное общество и функциональное общение.
5. Каналы и контексты функционального общения в традиционной культуре.
6. Партиципация. Пралогическое мышление древности.
7. Коммуникация в земледельческих и скотоводческих обществах.

Семинар 5.

8. Кризис функционального общения в Античном мире. Рождение интерперсонального и ролевого общения.
9. Религиозное функциональное общение в Средние века.
10. Город и начало перехода от традиционной к креативной культуре.
11. Городской и сельский типы коммуникаций.

Семинар 6.

12. Особенности общения в креативной культуре.
13. Становление ролевого общения в эпоху абсолютизма.
14. Интерперсональное общение в эпоху романтизма и позитивизма.
15. Кризис ролевого и интерперсонального общения в эпоху массовых коммуникаций.

Термины: коммуникация, язык, традиционная культура, функциональное общение, служебное общение, партиципация, пралогическое мышление, креативная культура, каналы общения, контексты общения, ролевое общение, интерперсональное общение.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Разновидности сигнализации у животных.
Новоевропейские и современные теории происхождения языка.
Особенности общения людей в первобытную эпоху.
Влияние культуры на характер общения.
Ролевое общение в эпоху Античности.
Влияние религии на характер мышления и формы общения.
Секуляризация эпохи Возрождения и ее влияние на общение.
Открытие диалога в XX в. М. Бубер и М. Бахтин

Литература: [1. С. 56- 100].

Тема 7. Хронология общественных коммуникационных систем по А.В. Соколову
Семинар 16.

1. Понятие коммуникационной системы и ее эволюция.
2. Словесная культура.
3. Развитие письменности (от предметного письма до алфавита).

Семинар 17.

4. Книжная культура. Рукописная книга.
5. Возникновение книгопечатания и коммуникация.
6. Индустриальная неокультурная книжность.

Семинар 18.

7. Мультимедийная коммуникационная культура.
8. Электронные средства коммуникации.
9. Компьютерная глобальная сеть.

Термины: общественная коммуникативная система (ОКС), археокультурная словесность, палеокультурная книжность, предметное письмо, пиктография, иероглифическое письмо, алфавит, неокulturная книжность, книгопечатание, «Эра Гуттенберга», мультимедийная коммуникационная культура, глобальная сеть.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Словесная культура и возможности коммуникации.
Зарождение письменности в Древнем мире.
Значение письменности для культуры и коммуникации.
Влияние книгопечатания на мировую культуру.
Книгопечатание и формирование новой коммуникативной среды по М. Маклюэну.
Коммуникация и журнально-газетная индустрия.
Массовая печать и проблема авторства.
Интернет, виртуальное пространство и коммуникация.

Литература: [1. С. 117- 144; 2. С. 22-30].

(ПИСЕМЕСТР)
РАЗДЕЛ III. СЕМИОТИКА КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1. Предмет семиотики, основные понятия и классификации знаков.

План (Семинар 1.)

1. Предмет семиотики и ее ключевые понятия.
2. Типы знаков. Значения и функции коммуникативных знаков.
3. Языковые и неязыковые, интенциональные и неинтенциональные знаки

(Семинар 2.)

4. Семиология Ф. Сосюра и классификация знаков Ч.С. Пирса.
 - а) различие семиологии Ф. Сосюра и семиотики Ч.С. Пирса.
 - б) иконический и индексальный знаки по Пирсу.
 - в) символ как знак, ценностный характер символа.

Термины: смысловая коммуникация, информация, культура, семиотика, семиотика социальной коммуникации, знак, знаковая система, денотат, значение, смысл, код, текст, языковой знак, неязыковой знак, коммуникативный знак, интенциональный знак, неинтенциональный знак, натуральный знак, искусственный знак, иконический, индексальный знаки, конвенциональный знак, символ, аллегория, образ.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Семиотика в культуре XX в.
Виды знаковых семиотических систем.
Основные типы знаков.
Семиотика: значение и смысл знаков.
Функции коммуникативных знаков: репрезентативная, экспрессивная, прагматическая.
Понятия кода и текста в семиотике.
Конвенциональные знаки в семиотике.
Использование знаков в рекламе.
Специфика символа как знака. Знаки-символы в культуре.
Символы в рекламе.
Ценностный характер символа как знака.

Литература: [1. С. 144-157; 2. С. 85-87; 3. С. 54-63; 4. С. 143-154].

Тема: Синтактика, семантика и прагматика как основы отношения знаков.

План (Семинар 3).

1. Ч. Моррис и деление семиотики на синтактику, семантику, прагматику.
2. Особенности синтаксиса рекламного текста.
3. Использование в рекламе тропов: метонимии, метафоры, эпитетов, сравнений.

Термины: семиотика, синтактика, семантика, прагматика, синтаксис, аллюзия, языковая игра, неологизм, фразеологизм, софизм, троп, метафора, метонимия, синекдоха, гипербол, олицетворение, эпитет.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:

Семантика рекламного текста.
Синтаксис рекламного текста.
Синтаксические вербальные конструкции в рекламе.
Взаимосвязь синтактики, семантики и прагматики.
Тропы в художественных текстах и рекламе.
Метафора в рекламе.

Литература: [1. С. 157-161; 2. С. 88-90; 3. С. 53-54; 4. С. 176-180].

Тема: Семиотика рекламы и PR

План (Семинар 4).

1. Историческая динамика рекламного дискурса и семиотика.
2. Миф и мифологические функции и формы в рекламе.
3. Нарратив и продажа историй в рекламе.

Термины: семиотика, протореклама, реклама, постиндустриальное общество, массовая культура, миф, бренд, нарратив, повествование, архетип.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
От проторекламы к рекламе.
Формирования рекламного сознания в XX в.
Специфика рекламы постиндустриального общества.
Миф и его роль в жизни человеческого общества.
Мифологичность сознания современного человека.
Миф и реклама. Сходство и различия.
Борьба брендов как борьба нарративов в рекламе.
Мифы и архетипы в рекламе

Литература: [1.С . 235-270; 2. С. 96-112].

Тема: Семиотика рекламы и PR.

План (Семинар 5).

1. Реклама и гендерные роли: семиотический аспект.
2. Искусство и реклама: соотношения художественного и прагматического.
3. Ж. Бодрийяр об обществе потребления и рекламе.

Семинар 6.

1. У. Эко о кодификационных уровнях рекламной коммуникации.
2. Р. Барт и У. Эко о значимости коннотативного уровня рекламы.

Термины: семиотика, гендер, гендерная идеология, реклама, искусство, художественное, прагматическое, эстетическое, постмодернизм, знак, симулякр, статус, престиж, общество потребления, код, кодификация, денотат, коннотация, массовая культура, пиар-технологии.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Семиотического конструирование мужских моделей в рекламе.
Сексуальность как гендерная идеология и реклама.

Значение художественного достоинства рекламы .
Постмодернизм и реклама
Ж. Бодрийяр о роли знака в индустриальных обществах.
Симулякр и реклама.
Общество потребления и реклама.
Визуальные эквиваленты тропов в рекламном изображении.
Визуальная метафора в рекламе.
Семиотический анализ рекламного сообщения.

Литература: [1. С. 66-74; 2. С. 215-260].

Тема: Семиотика рекламы и PR.

План (Семинар.7).

1. Массовая культура и семиотика PR-коммуникации.
2. Миф как технология PR.

Семинар 8.

1. Политический PR: создание имиджа политика.
2. Роль визуальной коммуникации в культуре и политике.
 - а). Язык поз и жестов.
 - б). Язык одежды.

Термины: с массовая культура, пиар-технологии, миф, невербальный язык, визуальная коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Массовая культура и PR-деятельность.
Мифологические образы в политическом пиаре.
Понятие имиджа и его значение в жизни современного общества.
Образ супермена в современной массовой культуре.
Символические роли в современной культуре.
Миф о герое в современном политическом пиаре.
Визуальные войны как примета времени.
Семиотика одежды: социальные роли.

Литература: [1. С. 149-150; 2. С. 126-150; 3. С. 96-112, 116-127; 4. С. 235-240, 383-415].

РАЗДЕЛ IV. КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И ВИДЫ КОММУНИКАЦИЙ (2 КУРС, 4 СЕМЕСТР)

Тема: Коммуникационный процесс.

План (Семинар 1)

1. Элементы процесса коммуникации.
2. Этапы процесса коммуникации.
3. Обратная связь. Шумы и барьеры.
4. Ошибки коммуникации. Основные проблемы коммуникаций в менеджменте.

Термины: коммуникационный процесс, субъекты коммуникации, сообщение, кодирование, декодирование, барьеры коммуникации, обратная связь, эффективность коммуникации, ошибки коммуникации, модели коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Модель коммуникации Р. Лассвелла.
Математическая модель коммуникации Шеннона и Уивера.
Социально-психологическая модель Т. Ньюкомба.
Человеческие барьеры коммуникации.
Технические барьеры коммуникации.
Социокультурные барьеры социальной коммуникации.

Литература: [1. С. 93-129; 2. С. 62-91; 3. С. 38-160].

Тема: Коммуникативная личность.

План (Семинар 2)

1. Понятие и структура личности.
2. Коммуникативная личность. Сущность и содержание.
3. Типы коммуникативной личности.
(семинар 3)
4. Языковая личность.
5. Социальные роли и стили речевого поведения.
6. Коммуникативная компетентность личности.

Термины: личность, индивид, индивидуальность, коммуникативная личность, языковая личность, коммуникативная компетентность, социальные роли, стиль коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Структура коммуникационной личности (модели).
Коммуникативная личность руководителя
Коммуникативная компетентность специалиста в области рекламы.
Коммуникативная личность PR-специалиста.

Литература: [1. С. 181-215; 2. С. 165-183; 3. С. 61-68].

Тема: Виды и уровни коммуникаций.

План (Семинар 4)

1. Виды и уровни коммуникаций. Типология коммуникаций.
2. Вербальная и невербальная коммуникации.
3. Психологические и социальные характеристики коммуникации.

Семинар 5

4. Уровни коммуникаций. Межличностная коммуникация.
5. Групповая коммуникация.
6. Массовая коммуникация.

Термины: вербальная коммуникация, невербальная коммуникация, визуальная коммуникация, перформансная коммуникация, межличностная, групповая и массовая коммуникация, художественная коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Формы коммуникации.
Природа невербальной коммуникации.
Умение слушать как условие эффективной коммуникации.
Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе.
Перформансная коммуникация.
Художественная коммуникация и реклама.

Литература: [1. С. 41-61; 2. С. 129-165; 3. С. 24-28 ; 4. С. 293-366; 5. С. 71-153; 6. С. 92-270].

Тема: Межкультурная коммуникация.

План (Семинар 6)

1. Сущность и специфика понятий «взаимодействие культур» и «межкультурная коммуникация».
2. Формы межкультурной коммуникации.
3. Типологизация культур и коммуникация.

Семинар 7

4. Этнический и национальный уровни коммуникации.
5. Межкультурные коммуникации в международных отношениях.
6. Международные коммуникативные потоки.

Термины: межкультурная коммуникация, этнос, нация, инкультурация, национальная картина мира, международные коммуникации, информационные коммуникативные потоки.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Межкультурная коммуникативная компетентность.
Межкультурная коммуникация в условиях глобализации.
Межкультурные коммуникации и мир ценностей.
Языковая картина мира и межкультурная коммуникация.
Межкультурная коммуникация и этапы адаптации к иной культуре.

Литература: [1. С. 96-107; 2. С. 205-225; 3. С. 78-88 ; 4. С. 567-605; 5. С. 19-35]. 6. Тер-Минасова С. Язык и межкультурная коммуникация.

Тема: Коммуникационные стратегии и тактики.

План (Семинар 8)

1. Понятия коммуникативной стратегии и тактики.
2. Манипулятивные стратегии.
3. Конвенциональные стратегии.

Семинар 9

4. Презентационные стратегии.
5. Стратегии воздействия.

6. Коммуникативная тактика. Коммуникативный опыт.

7. Манипуляционные технологии и их цели.

Термины: коммуникационные стратегии; коммуникативные тактики; стратегии воздействия, конвенция, манипуляция, презентация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Коммуникативные стратегии и коммерческая реклама.

Коммуникативные стратегии в социальной рекламе.

Коммуникативные стратегии в PR-кампании.

Литература: [1. С. 19-26; 2. С. 11-46]

РАЗДЕЛ V. ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ (3 КУРС, 5 СЕМЕСТР)

Тема: Политическая коммуникация в современном обществе

План (Семинар 1)

1. Понятие, аспекты, способы политической коммуникации.

2. Системно – функциональные концепции политической коммуникации.

3. Значение политической коммуникации в современном мире.

Термины: политическая коммуникация, политика, политическая власть, политическая информация, монологическая коммуникация, тоталитарное общество, диалогическая коммуникация, демократия, политические ценности, глобализация, масс-медиа.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Концепция «сетевого общества» М. Кастельса.

«Общество спектакля» в концепции Ги Дебора.

Взаимосвязь эффективности управления и упорядочивания информации в концепции К. Дойча.

Теория политической коммуникации Ю. Хабермаса.

Литература: [1. С 4-11; 2. С. 116-122; 3. С. 234-249].

Тема: Структурная организация процесса политической коммуникации

План (Семинар 2)

1. Линейная структура и уровни политической коммуникации.

2. Сообщение, информация и текст как элементы политической коммуникации.

3. Роль посредника в процессе политической коммуникации.

4. Семиотические аспекты политической коммуникации.

Термины: политическая коммуникация, информация, текст, сообщение, семиотика, семантика, технические каналы, инфлуентальный, пропаганда, манипуляция, знаки, символизация, иконический знак, индекс, символ, политическая лингвистика.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Структура политической коммуникации, по Г. Лассуэллу.

«Горячие и холодные» средства коммуникации, по М. Маклюэну.

Политическая лингвистика и коммуникация.

Переговорщик как профессия.

Спин-доктор как профессия.

Политическая цензура: история и современность.

Знаково-символическое отражение политической иерархии.

«Новояз» как семантический тоталитаризм в романе Дж. Оруэлла «1984»

Политический этикет как знаковая система.

Литература: [1. С 11-31; 2. С. 116-122; 3. С. 6-17; 4. С. 39-52; 91-104].

Тема: Символический аспект политической коммуникации

План: (Семинар 3)

1. Специфика и значение символической коммуникации.

2. Политическое управление символической коммуникацией.

3. Символика цвета как элемент политической коммуникации.

Термины: символическая коммуникация, символика цвета, государственная символика, политическая символика, партийная символика, политические ценности, ритуальная коммуникация, сакрализация, символическое пространство, семиотика победы, семиотика поражения.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Государственно-политическая символика в современном мире.

Партийно-политическая символика в России, на Украине и др.

Символика цвета как аспект политической борьбы.

Психология восприятия цвета и политика.

Литература: [1. С 31-41; 2. С. 386-391; С .29-39].

Тема: Организация масс-медийной политической коммуникации

План: (Семинар 4)

1. Понятие и специфика масс-медийной коммуникации.

2. Событийная организация коммуникативного пространства в масс-медиа.

3. Политические факторы организации масс-медийной коммуникации.

4. Влияние СМИ на формирование общественного мнения.

Термины: масс-медийная коммуникация, общественное мнение, СМИ, разыгрывание новостей.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

«Реальность масс-медиа» по Н. Луману.

Управление новостной повесткой дня: политический аспект.

Роль СМИ в формировании общественного мнения.

СМИ в России: политический аспект.

Литература: [1. С 41-59; 2. С. 355-359].

Тема: Мобилизационные формы политической коммуникации

План: (Семинар 5)

1. Понятие и специфика мобилизационной политической коммуникации.
2. Пропагандистские коммуникативные технологии.
3. Мифотворчество как пропагандистская технология.

Термины: мобилизационные политические коммуникации, пропаганда, агитация, миф, мифотворчество.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Популизм как пропагандистская технология в современных демократиях.
Мифотворчество в современном украинском политическом пространстве.
Пропаганда в годы Второй мировой войны.
Особенности советской пропаганды.

Литература: [1. С 59-71; 2. С .274-292, 339-351; 3. С. 245-251].

Тема: Маркетинговые формы политической коммуникации

План: (Семинар 6)

1. Понятие и формы маркетинговой политической коммуникации.
2. Основные маркетинговые коммуникативные технологии:
 - а) политическая реклама;
 - б) пиар-технологии;
 - в) политический брэндинг.
3. Имиджмейкинг как современная маркетинговая коммуникативная технология.

Термины: маркетинговые политические коммуникации, политическая реклама, брендинг, имидж, имиджмейкинг.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Имиджмейкер как профессия.
Нестандартные формы политической рекламы.
«Хвост виляет собакой»: киногопербола или художественный реализм?
«Чёрный» пиар: критерии и границы.

Литература: [1. С. 71-88; 2. С. 116-127; С. 446-460; 3. С. 30-38].

Тема: Интернет как форма политической коммуникации

План: (Семинар 7)

1. Специфика политической Интернет – коммуникации.
2. Идеология Интернет – коммуникации.
3. Понятие и направления деятельности электронного правительства.

Термины: Интернет – коммуникации, виртуальность, общественное мнение, электронное правительство, электронная демократия, экспертократия, Киберпространство, идеология, утопия.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Истоки и генезис Интернет – коммуникации.

Роль Интернет-коммуникации в формировании общественного мнения.

«Экспертократия»: политическая утопия или перспектива развития современной демократии?

Электронное голосование: опыт и перспективы.

Литература: [1. С. 88-103].

Тема: Синтетические способы политической коммуникации

План: (Семинар 8)

1. Использование слухов и сплетен в политической коммуникации.

2. Функции и значение смеха в политической коммуникации.

3. Политический анекдот в современной коммуникативном пространстве.

Термины: синтетические политические коммуникации, политический анекдот, слухи, политические сплетни, политический шарж.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Слухи и сплетни в политическом пространстве современной Украины.

«Выпускание пара» как политическая технология.

Специфика современного политического анекдота.

Политика и политики в развлекательных программах телевидения.

Литература: [1. С. 103-109; 2. С. 393-403; 3. С. 391-397].

РАЗДЕЛ VI. ОБОБЩЕНИЕ И ПОВТОРЕНИЕ ПРОЙДЕННОГО МАТЕРИАЛА

Тема: Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина

План (Семинар 1)

1. Междисциплинарный характер теории коммуникации. Понятие коммуникации и социальной коммуникации.

2. Законы и категории теории коммуникации.

3. Коммуникативная деятельность и каналы коммуникации.

4. Функции теории коммуникации.

Термины: коммуникация, общение, информация, социальная коммуникация, смысловая коммуникация, техническая коммуникация, социальное пространство, социальное время, коммуникативное пространство, коммуникативное время.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Коммуникация и общение: подходы в определении.

Значение понятия информации для теории коммуникации.

Астрономическое пространство и время, коммуникативное пространство и время: в чем различие.

Литература: [1. С. 12-26; 2. С. 17-22; С. 71-111; 3. С.29-69; 4. С.292-298; 5. С. 35-59; 6. С.41-53].

Тема: Исторические вехи возникновения и развития коммуникации

План (Семинар 2)

1. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Коммуникация в животном мире.

2. Эволюция коммуникации по И.И. Докучаеву. Традиционная и креативная культура, функциональное, интерперсональное и ролевое общение.

3. Эволюция коммуникации по А.В. Соколову. (От археокультурной словесности до неокультурной книжности).

4. Мультимедийная коммуникационная культура. Электронные средства коммуникации. Компьютерная глобальная сеть.

Термины: коммуникация, язык, традиционная культура, функциональное общение, служебное общение, креативная культура, каналы общения, контексты общения, ролевое общение, интерперсональное общение, общественная коммуникативная система (ОКС), археокультурная словесность, палеокультурная книжность, предметное письмо, пиктография, иероглифическое письмо, алфавит, неокультурная книжность, книгопечатание, «Эра Гуттенберга», мультимедийная коммуникационная культура, глобальная сеть.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Влияние культуры на характер общения.

Ролевое общение в эпоху Античности.

Влияние религии на характер мышления и формы общения.

Секуляризация эпохи Возрождения и ее влияние на общение.

Открытие диалога в XX в. М. Бубер и М. Бахтин.

Значение письменности для культуры и коммуникации.

Влияние книгопечатания на мировую культуру.

Книгопечатание и формирование новой коммуникативной среды по М. Маклюэну.

Коммуникация и журнально-газетная индустрия.

Массовая печать и проблема авторства.

Интернет, виртуальное пространство и коммуникация.

Литература: [1. С. 56- 100; 2. С. 117- 144; 3. С. 22-30].

Тема: Виды, типы и формы, функции и средства коммуникации

План (Семинар 3)

1. Многообразие коммуникаций и их классификация.

2. Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации.

3. Реклама как вид коммуникации.

4. Массовая коммуникация. Сущность и функции массовой коммуникации.

Термины: коммуникация, вербальная коммуникация, невербальная коммуникация, визуальная коммуникация, перформансная коммуникация, межличностная, групповая и массовая коммуникация, художественная коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Формы коммуникации.

Природа невербальной коммуникации.
Умение слушать как условие эффективной коммуникации.
Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе.
Перформансная коммуникация.
Художественная коммуникация и реклама.

Литература: [1. С. 41-61; 2. С. 129-165; 3. С. 24-28 ;4. С. 293-366; 5. С. 71-153; 6. С. 92-270].

Тема: Коммуникативный процесс и коммуникативные барьеры. Структурные модели коммуникации.

План (Семинар 4)

1. Понятие коммуникации и коммуникативный процесс. Основные элементы и этапы.
2. Структурные модели коммуникации.
3. Коммуникативные барьеры (социально-культурные, психологические) и пути их преодоления.

Термины: коммуникационный процесс, субъекты коммуникации, сообщение, кодирование, декодирование, барьеры коммуникации, обратная связь, эффективность коммуникации, ошибки коммуникации, модели коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Модель коммуникации Р. Лассвелла.
Математическая модель коммуникации Шеннона и Уивера.
Социально-психологическая модель Т. Ньюкомба.
Человеческие барьеры коммуникации.
Технические барьеры коммуникации.
Социокультурные барьеры социальной коммуникации.

Литература: [1. С. 93-129; 2. С. 62-91; 3. С. 38-160].

Тема: Коммуникативная и языковая личность. Эффективность коммуникации.

План (Семинар 5)

1. Личность в системе коммуникации. Понятие языковой и коммуникативной личности.
2. Понятие эффективности коммуникации. Ошибки коммуникации.
3. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.
4. Коммуникативная культура. Возрастание роли коммуникативной компетентности в современных условиях.

Термины: субъекты коммуникации, личность, индивид, индивидуальность, коммуникативная личность, языковая личность, коммуникативная компетентность, социальные роли, стиль коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Структура коммуникационной личности (модели).
Коммуникативная личность руководителя.
Коммуникативная компетентность специалиста в области рекламы.

Коммуникативная личность PR-специалиста.

Литература: [1. С. 181-215; 2. С. 165-183; 3. С. 61-68].

Тема: Семиотика и коммуникация. Семиотические аспекты рекламы и пиара
План (Семинар 6)

1. Основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем. Синтактика, семантика, прагматика.
2. Специфика синтаксиса в рекламе.
3. Миф и реклама. Нарративные механизмы рекламных коммуникаций.
4. Миф как техника PR. Политический PR: создание имиджа политика.

Термины: семиотика, синтактика, семантика, прагматика, синтаксис, аллюзия, языковая игра, неологизм, фразеологизм, софизм, троп, метафора, метонимия, синекдоха, гипербола, олицетворение, эпитет, миф, нарратив, имидж.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Семантика рекламного текста.
Синтаксис рекламного текста.
Синтаксические вербальные конструкции в рекламе.
Визуальный рекламный синтаксис.
Взаимосвязь синтактики, семантики и прагматики.
Тропы в художественных текстах и рекламе.
Метафора в рекламе.

Литература: [1. С. 157-161; 2. С. 88-90; 3. С. 53-54; 4. С. 176-180].

Тема: Политические коммуникации.
План (Семинар 7)

1. Понятие и специфика мобилизационной политической коммуникации.
2. Пропагандистские коммуникативные технологии.
3. Мифотворчество как пропагандистская технология.
4. Основные маркетинговые коммуникативные технологии:
 - а) политическая реклама;
 - б) пиар-технологии;
 - в) политический брэндинг.
5. Имиджмейкинг как современная маркетинговая коммуникативная технология.

Термины: мобилизационные политические коммуникации, пропаганда, агитация, миф, мифотворчество, маркетинговые политические коммуникации, политическая реклама, брэндинг, имидж, имиджмейкинг.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Популизм как пропагандистская технология в современных демократиях.
Мифотворчество в современном украинском политическом пространстве.
Пропаганда в годы Второй мировой войны.
Особенности советской пропаганды.
Имиджмейкер как профессия.

Нестандартные формы политической рекламы.

«Чёрный» пиар: критерии и границы.

Литература: [1. С 59-71; С. 71-88; 2. С. 116-127; С .274-292, 339-351; 3. С. 245-251; 4. С. 30-38].

7.2 ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1 КУРС

1. Основные понятия теории коммуникации.
2. Вербальные и невербальные коммуникации.
3. Толерантность в общении.
4. В.Гумбольдт о вербальном понимании.
5. Язык и понимание.
6. Личностные факторы понимания.
7. Герменевтическая модель понимания.
8. Коммуникативно значимые свойства личности и понимание.
9. Язык и культура.
10. Язык жестов. Невербальное общение с аудиторией.
11. СМИ и информационные потребности.
12. Результаты воздействия массовых коммуникаций.
13. СМИ как фактор социализации.
14. Особенности человеко-машинной коммуникации.
15. Межкультурные различия в коммуникативном поведении.
16. Реклама как форма социальных коммуникаций.
17. Реклама как метод управления людьми.
18. Коммуникативная эффективность рекламы.
19. Гендерный аспект рекламной коммуникации.
20. Социальные сети и коммуникация.
21. Особенности визуальной коммуникации.
22. Техника и коммуникации.
23. Диалог как вид коммуникации.
24. Монологическая коммуникация в тоталитарном обществе.
25. Коммуникации в связях с общественностью.

Практические задания:

1. Приведите примеры монологической коммуникации. Напишите небольшой фрагмент монолога.
2. Приведите примеры диалогической коммуникации. Напишите небольшой фрагмент диалога.
3. На основе анализа визуальных рекламных сообщений выделите особенности визуальной коммуникации в рекламе.
4. Найти в интернете примеры эффективной и неэффективной коммуникации в рекламе. Обосновать свою точку зрения.
5. Найти примеры рекламы с использованием игрового компонента коммуникации. Показать значимость игры как коммуникации.
6. Проанализировать несколько рекламных сообщений и на основе анализа назвать ошибки коммуникации в рекламе.

2 КУРС

26. Семиотика и стилистика в рекламе.
27. Символы как язык рекламы.
28. Реклама и миф: семиотические аспекты.
29. Вербальная и визуальная коммуникация в рекламе.

30. Коммуникативная компетентность личности.
31. Герменевтическая модель понимания.
32. Коммуникативно значимые свойства личности.
33. Язык рекламы.
34. Язык жестов и политический пиар.
35. Метафора в рекламе.
36. Символическое и архетипическое в имидже политика.
37. Семиотика одежды в создании имиджа политика.
38. Межкультурные различия в коммуникативном поведении.
39. Гендерный аспект рекламной коммуникации.
40. Особенности визуальной коммуникации.
41. Стратегии коммуникации в пиар-деятельности.
42. Стратегии в рекламной деятельности.
43. Особенности межкультурной коммуникации.
44. Коммуникативный процесс и эффективная коммуникация.

Практические задания:

1. Разработайте идею рекламного сообщения с использованием визуальной гиперболы.
2. Разработайте идею рекламного сообщения с использованием визуальной метафоры.
3. Дайте развернутый знаковый анализ визуального рекламного сообщения.
4. Проанализируйте рекламное сообщения с точки зрения синтактики, семантики и прагматики.
5. Сделайте развернутый семиотический анализ символов партии или государства (Герб, флаг, лозунг).

3 курс

1. Концепция «сетевого общества» М. Кастельса.
2. «Общество спектакля» в концепции Ги Дебора.
3. Взаимосвязь эффективности управления и упорядочивания информации в концепции К. Дойча.
4. Теория политической коммуникации Ю. Хабермаса.
5. Структура политической коммуникации, по Г. Лассуэллу.
6. «Горячие и холодные» средства коммуникации, по М. Маклюэну.
7. Спин-доктор как профессия.
8. Переговорщик как профессия.
9. Политическая цензура: история и современность.
10. Знаково-символическое отражение политической иерархии.
11. «Новояз» как семантический тоталитаризм в романе Дж. Оруэлла «1984».
12. Политический этикет как знаковая система.
13. Государственно-политическая символика в современном мире.
14. Партийно-политическая символика в России, Украине и др.
15. Символика цвета как аспект политической борьбы.
16. Психология восприятия цвета и политика.
17. «Реальность масс-медиа» по Н. Луману.
18. Управление новостной повесткой дня: политический аспект.
19. Роль СМИ в формировании общественного мнения.
20. СМИ в России: политический аспект.
21. Популизм как пропагандистская технология в современных демократиях.
22. Мифотворчество в современном украинском политическом пространстве.
23. Пропаганда в годы Второй мировой войны.
24. Особенности советской пропаганды.
25. Имиджмейкер как профессия.

26. Нестандартные формы политической рекламы.
27. «Хвост виляет собакой»: киногопербола или художественный реализм?
28. «Чёрный» пиар: критерии и границы.
29. Истоки и генезис Интернет – коммуникации.
30. Роль Интернет-коммуникации в формировании общественного мнения.
31. «Экспертократия»: политическая утопия или перспектива развития современной демократии?
32. Электронное голосование: опыт и перспективы.
33. Слухи и сплетни в политическом пространстве современной Украины.
34. «Выпускание пара» как политическая технология.
35. Специфика современного политического анекдота.
36. Политика и политики в развлекательных программах телевидения.
37. Язык характерных жестов в политической коммуникации.
38. «Теория лжи»: научная парадигма или кинометафора?
39. «Ботинок Хрущёва»: политический скандал или ораторский эксклюзив?
40. Ораторское мастерство современных политиков.

Практические задания:

1. Проанализируйте юмористические телевизионные проекты, имеющие политический аспект, которые кажутся вам удачными и объясните почему.
2. Приведите примеры успешных имиджпроектов политиков. Объясните причину их успеха.
3. Составьте текст рекламной листовки той политической силы, которой вы симпатизируете.
4. Приведите примеры мифологизации политических лидеров?
5. Прокомментируйте ироническое высказывание С. Батлера относительно общественного мнения в современном мире: «Общественность покупает свои мнения так же, как покупают молоко, потому что это дешевле, чем держать собственную корову. Только тут молоко состоит в основном из воды».
6. Приведите примеры эксплуатации символов победы в современных избирательных технологиях.

7.3 ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (1 КУРС)

Контрольная работа выполняется студентами **заочной формы обучения**. Необходимо выбрать один из вариантов в соответствии с порядковым номером в академическом журнале. Для выполнения задания необходимо изучить литературу по теме и оформить ее в соответствии с планом. Изложение должно отличаться композиционной четкостью, логичностью, грамотностью.

Вариант № 1

1. Приведите примеры и проанализируйте определения коммуникации из различных источников.
2. Назовите основные барьеры коммуникации.

Вариант № 2

1. Дайте определение социальной коммуникации. Почему для нее важно понятие смысла?
2. Опишите подражание как коммуникативное действие. Какова роль подражания в коммуникации.

Вариант № 3

1. Как соотносятся между собой понятия информация, коммуникация и общение?
2. В чем различие диалога и управления как коммуникативных форм?

Вариант № 4

1. Назовите основные каналы коммуникации.
2. Охарактеризуйте рекламу с точки зрения коммуникативной деятельности.

Вариант № 5

1. Диалог и монолог в коммуникации.
2. Как взаимосвязаны культура и коммуникация.

Вариант № 6

1. Место коммуникации среди иных видов деятельности.
2. Значение вербальной коммуникации в жизни социума.

Вариант №7.

1. Невербальная коммуникация и ее значение.
2. Различия в коммуникации животных и человека.

Вариант №8.

1. Культурно-исторические формы коммуникации по И. Докучаеву.
2. Игра как коммуникационная деятельность. Значение игрового начала в общении.

Вариант №9.

1. Понятие коммуникационной системы по А. Соколову и ее эволюция.
2. Теория коммуникация как междисциплинарная наука.

Вариант №10.

1. Социальное и коммуникативное пространство и время.
2. Археокультурная словесность или общинная коммуникативная система.

Вариант №11.

1. Палеокультурная книжность: от древнейших цивилизаций до книгопечатания.
2. Основные законы коммуникации.

Вариант №12.

1. Мануфактурная и индустриальная книжность.
2. Вербальные и невербальные коммуникации.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (2 КУРС)

Вариант №1.

1. Охарактеризуйте предмет изучения семиотики. Чем объясняется повышенный интерес современного общества к семиотике как науке?
2. Дайте определение и краткую характеристику межличностной коммуникации.

Вариант №2.

1. Охарактеризуйте основные семиотические понятия, важные для семиотики коммуникации.
2. Дайте определение и краткую характеристику групповому уровню коммуникации.

Вариант №3.

1. Назовите функции коммуникативных знаков и раскройте, в чем они заключаются.
2. Охарактеризуйте массовую коммуникацию. Дайте ее определение.

Вариант №4.

1. Какие виды знаков выделил Ч. Пирс? В чем специфика символа как знака?
2. Охарактеризуйте основные модели коммуникации.

Вариант №5.

1. Что изучает семантика? Какие тематические мотивы могут отражаться в рекламном тексте?
2. Назовите основные барьеры процесса коммуникации.

Вариант №6.

1. Какова взаимосвязь синтактики, семантики и прагматики?
2. Назовите основные элементы коммуникационного процесса.

Вариант №7.

1. Охарактеризуйте синтаксические конструкции рекламы.
2. Опишите основные этапы процесса коммуникации.

Вариант №8.

1. Что такое тропы? Приведите примеры использования тропов в художественных текстах и в рекламе.
2. В чем различие и общее понятий коммуникативная и языковая личность.

Вариант №9.

1. Что такое миф? На конкретных примерах покажите связь мифа и рекламы.
2. Коммуникативная компетентность личности.

Вариант №10.

1. Какие уровни кодификации в рекламе выделяет У.Эко?
2. Перечислите и охарактеризуйте основные виды коммуникации.

Вариант №11.

1. Назовите визуальные эквиваленты тропов в рекламном изображении.
2. В чем особенности межкультурной коммуникации?

Вариант №12.

1. Как связаны имидж и визуальная коммуникация? Как одежда может выполнять функцию символизации?
2. Назовите основные коммуникативные стратегии и дайте им краткую характеристику.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (3 КУРС)

Вариант №1.

1. Понятие, аспекты, способы политической коммуникации.
2. Символика цвета как аспект политической борьбы.

Вариант №2.

1. Значение политической коммуникации в современном мире.
2. Политический брэндинг и пиар-технологии как маркетинговые коммуникации.

Вариант №3.

1. Значение политической коммуникации в современном мире.
2. Пропаганда и агитация как мобилизационные формы политической коммуникации.

Вариант №4.

1. Семиотические аспекты политической коммуникации.
2. Популизм как пропагандистская технология в современных демократиях.

Вариант №5.

1. Символика цвета как элемент политической коммуникации.
2. Событийная организация коммуникативного пространства в масс-медиа.

Вариант №6.

1. Политическое управление символической коммуникацией.
2. Политическая реклама как маркетинговая коммуникативная технология.

Вариант №7.

1. Политические факторы организации масс-медийной коммуникации.
2. Основные маркетинговые коммуникативные технологии:

Вариант №8.

1. Понятие и специфика мобилизационной политической коммуникации.
2. Психологические аспекты вербальной политической коммуникации.

Вариант №9

1. Пропагандистские коммуникативные технологии.
2. Психологические аспекты невербальной политической коммуникации.

Вариант №10.

1. Мифотворчество как пропагандистская технология в политике.
2. Политический анекдот как способ политической коммуникации .

Вариант №11.

1. Понятие и формы маркетинговой политической коммуникации.
2. Использование слухов и сплетен в политической коммуникации.

Вариант №12.

1. Имиджмейкинг как современная маркетинговая коммуникативная технология.
2. Специфика политической Интернет – коммуникации.

7.4. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ
(1 СЕМЕСТР).

1. Междисциплинарный характер теории коммуникации.
2. Предмет теории коммуникации и ее функции.
3. Понятие коммуникации и виды коммуникации.
4. Понятия коммуникации, информации и общения.
5. Понятие социальной коммуникации и ее особенности.
6. Понятия социального коммуникативного пространства и времени.
7. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения.
8. Общение как деятельность.
9. Коммуникативное действие по А. Соколову.
10. Коммуникативное действие и коммуникативное взаимодействие.
11. Виды коммуникативной деятельности.
12. Анализ коммуникативного акта и его виды.
13. Вербальная и невербальная коммуникация.
14. Микрокоммуникация
15. Медиакоммуникация
16. Макрокоммуникация
17. Сотрудничество и конфликт в коммуникационной деятельности.
18. Игра как творческое коммуникативное действие.
19. Псевдоигра и ее значение в социальной коммуникации.
20. Понятие и разновидности коммуникационных каналов.
21. Устная коммуникация. Функции естественного языка и речи.
22. Документная коммуникация. Функции документов.
23. Цензура как орудие коммуникационного насилия.
24. Электронная коммуникация. Функции электронной коммуникации.
25. Глобальная коммуникационная система Интернет.
26. Барьеры коммуникации и пути их преодоления.
27. Особенности коммуникации животных.
28. Традиционная культура и функциональное общение.
29. Кризис функционального общения в эпоху Античности.
30. Креативная культура, ролевое и интерперсональное общение.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ
(2 КУРС, 3 СЕМЕСТР).

1. Современная семиотика как наука
2. Основные разделы семиотики: синтаксис, семантика и прагматика

3. Понятие о семиотике и ее составляющих: тексты и знаки: их сущность, свойства, классификации.
4. Пирсовская трихотомия знаков (символические, иконические, индексальные).
5. Особенности синтаксиса рекламного сообщения.
6. Метафора, метонимия и аналогия в рекламном сообщении.
7. Семиотический анализ рекламного сообщения.
8. Специфика символа как знака.
9. Символ в рекламном сообщении.
10. Миф и мифологические функции и формы в рекламе.
11. Миф как техника PR.
12. Миф о герое в конструировании имиджа политика.
13. Общество потребления и семиотика рекламы и пиара.
14. Нарратив и продажа историй в рекламе и пиаре.
15. Денотация и коннотация в рекламе (на примере анализа рекламы Р. Барта и У. Эко).
20. Роль визуальной коммуникации в культуре и политике.
21. Имидж как символический образ. Конструирование имиджа.
22. Элементы одежды как маркеры социальных ролей и контекстов.
23. Семиотика жестов и поз.
24. Знаковое выражение властных отношений и социальной иерархии.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ (6 СЕМЕСТР)

1. Понятие и специфика политической коммуникации.
2. Монологические и диалогические политические коммуникации.
3. Ю. Хабермас о коммуникативных действиях и роли дискурса в политических коммуникациях.
4. Н. Луман о власти как о коммуникативном коде.
5. Событийная организация коммуникативного пространства в масс-медиа.
6. Дж. Томсон об уровнях информационно-коммуникативных связей (семантический, технический, инфлюентальный).
7. М. Маклюэн о «холодных» и «горячих» средствах коммуникации.
8. Роль посредника в политической коммуникации (переводчик, пресс-секретарь, спин-доктор).
9. Семиотические аспекты политической коммуникации (передача информации и передача иерархии).
10. Способы влияния на политический семиозис (Г. Почепцов).
11. Символический аспект политической коммуникации.
12. Символика цвета и политика.
13. Значение ритуала в политической коммуникации.
14. Роль СМИ в политической коммуникации.
15. Влияние СМИ на общественное мнение.
16. Понятие и специфика мобилизационной политической коммуникации.
17. Пропагандистские коммуникативные технологии.
18. Мифотворчество как пропагандистская технология.
19. Понятие и формы маркетинговой политической коммуникации.
20. Основные маркетинговые коммуникативные технологии.
21. Имиджмейкинг как современная маркетинговая технология.
22. Политическая реклама и ее типы.
23. Пиар как средство политической коммуникации (фрейминг, брендинг).
24. Специфика политической Интернет – коммуникации.

25. Использование слухов и сплетен в политической коммуникации.
28. Политический анекдот в современном коммуникативном пространстве.
29. Психологические аспекты невербальной политической коммуникации.
30. Психологические аспекты вербальной политической коммуникации.

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Основы теории коммуникации» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, ценностных аспектах коммуникации, взаимосвязи культуры и форм коммуникации, исторических аспектах развития форм общения, видах и типах коммуникации, коммуникационных барьерах и путях их преодоления, семиотических аспектах коммуникации во взаимосвязи с рекламной деятельностью и пиар-деятельностью. Образовательные технологии направлены на формирование общекультурных и профессиональных компетенций. Это предполагает сочетание традиционных лекционно-семинарских форм учебной деятельности с широким использованием активных и интерактивных способов проведения занятий (элементы беседы в ходе лекций, проблемная лекция, элементы ролевых игр на семинарских занятиях, разбор конкретных ситуаций, дискуссии по проблемному вопросу, выполнения творчески-прикладных заданий, проведения современных мультимедийных презентаций и др.)

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита рефератов по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оцениванием. Кроме того, в ходе семинарского занятия может быть проведено тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях. Допускает не более 30% ошибок в излагаемых ответах. Демонстрирует понимание значения и сути коммуникации в жизни человека и общества.
не зачтено	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы. Демонстрирует слабое понимание значения и сути коммуникации, определяющего значения общения в решении практических общественных задач.

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
отлично	Студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала, свободно выполняет предусмотренные программой задания; если он усвоил основную и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной в программе; проявляет творческие способности в интерпретации учебного материала, свободно владеет специальной терминологией, грамотно и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы.
хорошо	Студент обнаруживает хорошее знание учебно-программного материала, успешно выполняет предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу по курсу, без затруднений излагает материал в устной речи, владеет специальной терминологией; отвечает на дополнительные вопросы, допуская незначительные ошибки.
удовлетворительно	Студент обнаруживает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы в вузе; справляется с выполнением предусмотренных программой заданий; знаком с основной литературой, рекомендованной программой; с некоторыми затруднениями устно излагает материал, допускает ошибки в ответе (не более 30 %), но обладает необходимыми знаниями для их исправления под руководством преподавателя.
неудовлетворительно	Студент обнаружил пробелы в знаниях основного программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, затрудняется в устном изложении материала, не владеет специальной и общенаучной терминологией, затрудняется при ответах на дополнительные вопросы.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. [Викулова Л. Г., Шарунов А. И. Основы теории коммуникации : практикум. — М. : Восток-Запад, 2008. — 316 с.](#)
2. [Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : учеб. пособие, Ч. 1. — СПб : Роза мира, 2005. — 88 с.](#)
3. [Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов. — СПб : Питер, 2011. — 288 с.](#)
4. [Докучаев И. И. Основы теории коммуникации. — \[б. м.\] : \[б. и.\]. — 112 с.](#)
5. [Краснянский Д. Е. Основы теории коммуникации : пособие. — М. : МГТУ ГА, 2009. — 154 с.](#)
6. [Моисеева А. П. Основы теории коммуникации : учеб. пособие. — Томск : Том. политехн. ин-т, 2004. — 128 с.](#)
7. [Огаренко Е. С. Политические коммуникации : учеб.-методическое пособие. — Одесса : Одесский нац. ун-т, 2013. — 176 с](#)
8. [Основы теории коммуникации : учеб.-метод. пособ. / сост. Ж. В. Николаева. — Улан-Удэ : Изд-во ВСГТУ, 2004. — 137 с.](#)
9. [Основы теории коммуникации : учеб. пособие, Ч. 2 / отв. ред. Д. П. Гавра. — СПб : Роза мира, 2006. — 224 с](#)
10. [Основы теории коммуникации : учеб. пособие / А. Ю. Кольянов и др. — СПб : Изд-во СПбГЭУ, 2014. — 123 с.](#)
11. [Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. — М. : Рефл-бук, 2001. — 656 с.](#)
12. [Почепцов Г. Г. Семиотика / Г. Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук, 2002. — 432 с.](#)
13. [Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. — М. : Рефл-бук, 2000. — 352 с.](#)
14. [Старостина Е. В., Шаповалова Н. Г. Основы теории коммуникации: лекции и практика : учеб.-метод. пособие. — Саратов : \[б. и.\], 2014. — 55 с.](#)
15. [Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. — \[б. м.\] : \[б. и.\]. — 130 с.](#)
16. [Современная политическая коммуникация : учеб. пособие / отв. ред. А. П. Чудинова. — Екатеринбург : \[б. и.\], 2009. — 292 с.](#)
17. [Соколов А. В. Введение и теорию социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб : СПбГУП, 1996. — 220 с.](#)
18. [Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002г. — 461с.](#)
19. [Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: учебное пособие /Б.Л. Борисов. — М.:ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 624.](#)

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. [Адаир Дж. Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. — М. : Эксмо, 2003. — 240 с.](#)
2. [Морозов В. П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация. — М. : ИПРАН, 1999. — 61 с.](#)

3. Богатикова Л. И. Основы межкультурной коммуникации : тексты лекций для студентов. — Гомель : ГТУ им. Ф. Скорины, 2009. — 280 с.
4. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник. — Х. : Городская типография, 2009. — 392 с.
5. Калянов Г. Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе : учебник для вузов. — 2-е изд., доп. — М. : Горячая линия-Телеком, 2011. — 210 с.
6. Коммуникативное пространство современности как сфера действия PR и рекламы. — Луганск : Изд-во ГОУК ЛНР "ЛГАКИ имени М. Матусовского", 2019. — 152 с.
7. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации : учеб. пособие / В. С. Глаголев, Н. И. Бирюков, Н. Н. Зарубина. — М. : Проспект, 2010. — 216 с.
8. Смикилас М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений. — СПб : Питер, 2014. — 152 с.
9. Соколов А. В. Социальные коммуникации. Ч. 1 : Учебно- методическое пособие, Часть 1 / А.В. Соколов. — М. : ИПО Профиздат, 2001. — 224 с.
10. Соколов А. В. Социальные коммуникации. Ч. 2 : Учебно-методическое пособие, ч.2 / А.В. Соколов. — М. : ИПО Профиздат, 2003. — 160.
11. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А. А. Томпсон. — М. : ЮНИТИ, 1998. — 576 с

Информационные ресурсы:

1. Почепцов Г. Теория и практика коммуникации (от речей президентов до переговоров с террористами). — Режим доступа:
http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Pochep/index.php
2. Г.Г. Почепцов. Теория коммуникации. — Режим доступа:
http://polbu.ru/pochepcov_communications
3. **Основы** теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. О-75 М.А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с. — Режим доступа:
<http://www.studfiles.ru/preview/3617187/>
4. Терин В. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. — Режим доступа:
http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Terin/
5. Тер-Минасова С. Язык и межкультурная коммуникация.

11.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, доска).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Информационные технологии и программное обеспечение не применяются.