

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 17.07.2023 13:32:03
Уникальный программный ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015ddd2cb1e6a9

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института
экономики и управления АПК
д.э.н., профессор Л.И. Хоружий



«30» августа 2022 г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины

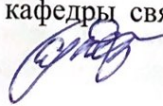
Б1.О.04.06 «Теория и методология современной коммуникативистики»

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Форма обучения: очная
Год начала подготовки: 2019 год
Курс 1
Семестр 1


- А) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 2022 г. начала подготовки.
- Б) Программа актуальна и для направленности (профиля) «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Разработчик: Гнездилова Е.В., доцент кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации

«30» августа 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 1 от «30» августа 2022 г.
И.о. Заведующего кафедрой _____ Гнездилова Е.В.

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий кафедрой
Связей с общественностью
и речевой коммуникации

 «30» 08 2022 г.



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Гуманитарно-педагогический факультет
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ:
и.о. декана гуманитарно-педагогического
факультета
П.Ф. Кубрушко
2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.04.06 ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ
КОМУНИКАТИВИСТИКИ**

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Курс 1

Семестр 1

Форма обучения – очная

Год начала подготовки – 2019

Регистрационный номер _____

Москва, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ	8
ПО СЕМЕСТРАМ	8
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.3 ЛЕКЦИИ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/ ЗАНЯТИЯ.....	10
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	13
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности	13
ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РЕФЕРАТОВ.....	18
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	18
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	19
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	19
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	19
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ	19
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ.....	19
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	19
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	20
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	20
ТРЕБОВАНИЯ К АУДИТОРИЯМ (ПОМЕЩЕНИЯМ, МЕСТАМ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	20
ТРЕБОВАНИЯ К СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМУ ОБОРУДОВАНИЮ.....	20
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ МАГИСТРАНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..	22
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	22
РЕЦЕНЗИЯ	24

Аннотация

Учебная дисциплина «Теория и методология современной коммуникативистики» входит в систему общепрофессиональных дисциплин по направлению магистерской подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)».

Дисциплина предусматривает освоение будущими магистрами системных сведений обобщающего характера из теории и методологии коммуникативистики и практики связей с общественностью, теории массовой коммуникации и практики деятельности средств массовой информации, сведений о типологии, формах, видах, структуре и функционировании различных моделей коммуникации в сфере PR и рекламы, а также развитие умений осуществлять полноценную и эффективную профессиональную коммуникацию. Магистранты получают представление о феномене социальной коммуникации и месте коммуникативистики в системе гуманитарного знания; о первичной типологии коммуникативных актов в сфере пиар и рекламы, видах и формах и функциях коммуникации в вышеназванной области; о пиар-коммуникации как процессе и структуре; о специфике коммуникатора как транслятора информации; о проблемах коммуникации, в том числе о коммуникативных барьерах в профессиональной сфере; о подходах, концепциях и научных парадигмах в коммуникативистике.

Значение учебной дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» заключается в повышении общего уровня профессиональной коммуникативной компетентности будущих дипломированных выпускников.

Новизна данного курса определяется основополагающей целью – дать целостное представление о коммуникации как социальном феномене в контексте теоретико-методологических оснований современной коммуникативистики для осуществления эффективной деятельности в профессиональной сфере рекламы и СО.

Трудоемкость учебной дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» – 2 зачетные единицы. Формы текущего контроля знаний – контрольная работа и реферат, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Ведущий специалист – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации Е.В. Алтабаева.

1. Цель освоения дисциплины

Основная цель освоения учебной дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» – дать целостное представление о коммуникации как глобальном социальном феномене, имеющем первостепенное значение для работников сферы рекламы и связей с общественностью; обобщить сведения из практики связей с общественностью

и практики СМИ, дать представление о функционировании различных моделей коммуникации в сфере PR и рекламы; Кроме того, изучение дисциплины поможет студентам сформировать осознанное отношение к своей будущей профессиональной деятельности.

Цель находит свое развитие в следующих задачах:

- знакомство обучающихся с историей и становлением коммуникативистики как науки,
- формирование у магистрантов системных представлений и соответствующих знаний о явлении коммуникации,
- развитие умения анализировать подходы и концепции в современной коммуникативистики,
- овладение необходимым понятийным аппаратом и специальной терминологией,
- выработка практических навыков квалификации и анализа текстов рекламы и СО и профессиональных коммуникативных ситуаций.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина Б1.О.04.06. «Теория и методология современной коммуникативистики» включена в перечень базовых дисциплин по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)», блок «Общепрофессиональные дисциплины». Дисциплина Б1.О.04.06 «Теория и методология современной коммуникативистики» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Реализация в дисциплине «Теория и методология современной коммуникативистики» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: «Реклама и связь с общественностью в отрасли (в сфере АПК)», позволит решать профессиональные задачи; охватывать теоретическую, практическую, познавательную составляющую деятельности подготавливаемого магистранта; готовить будущего магистра к самообучению и саморазвитию.

Дисциплина является основополагающей для изучения многих дисциплин – таких, как «Реклама как поликодовый текст», «Основы визуальных коммуникаций», «Кросс-культурные коммуникации в агробизнесе», «Планирование и реализация кампаний по РиСО в агробизнесе», «Особенности рекламной деятельности в сфере АПК», «Стратегические коммуникации в АПК», «Креативный копирайтинг», «Нейминг и нейминговая экспертиза», «Вербальные и невербальные коммуникации: коды культуры», которые согласно учебному плану изучаются позже или параллельно и могут в той или иной степени опираться на ряд положений данного курса.

Промежуточная аттестация магистров по итогам освоения дисциплины проводится в форме экзамена.

Рабочая программа дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	ОПК-4	Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	ОПК-4.1	мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы коммуникативистики, методы социологических исследований, ориентироваться в медиапространстве с учетом современных коммуникативных технологий	различать типы, виды, разновидности современных коммуникативных технологий и коммуникативных приемов, необходимых для социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп, условиями осуществления успешного академического взаимодействия
2.	ОПК-4.	Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о	ОПК 4.2	теоретические основы и ведущие принципы современных коммуникативных	использовать ведущие принципы современных коммуникативных технологий, методы	необходимыми практическими навыками, определяющими

	<p>потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>		<p>технологий, методов изучения аудиторий на профессиональном уровне при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>изучения аудиторий, применять их результаты, данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>квалифицированное и успешное построение и языковое оформление текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>
--	---	--	--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	час.
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72
1. Контактная работа:	22,4
Аудиторная работа	22,4
лекции (Л)	6
практические занятия (ПЗ)	14
лабораторные работы (ЛР)	
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)	
консультации перед экзаменом	2
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,4
2. Самостоятельная работа (СРС)	16
реферат/эссе (подготовка)	
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)	
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)	
контрольная работа	
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка	16
Подготовка к экзамену (контроль)	33,6
Вид промежуточного контроля:	экзамен

4.2 Содержание дисциплины

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа				Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/С	ЛР	ПКР	
Раздел 1. Коммуникативистика как область научного знания..	14,4	2	4		0,4	8
Раздел 2. Информационно-коммуникативная система постиндустриального общества.	57,6	4	10		2	41,6

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа				Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/С	ЛР	ПКР	
Всего за 2 семестр	72	6	14		2,4	49,6
Итого по дисциплине	72	6	14		2,4	49,6

Раздел 1. Коммуникативистика как область научного знания.

.Тема 1. 1. Коммуникативистика как наука и учебная дисциплина

.Предмет, объект, цель и задачи. Коммуникативистика как одно из направлений коммуникологии. Понятие коммуникологии как интегративной научной дисциплины. Методы исследования в коммуникативистике (общенаучные и эмпирические методы) и их характеристика. Место и роль дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» в системе подготовки магистров направления 42.04.01 по программе «Реклама и связи с общественностью».

Раздел 2. Информационно-коммуникационная система постиндустриального общества.

Тема 2.1 Коммуникации как институт обеспечения коммуникативной деятельности человека и социальных систем.

Коммуникативный процесс, его организация и специфика в сфере связей с общественностью. Коммуникативный процесс, его организация и специфика в сфере рекламы. Условия осуществления коммуникации в социуме. Информационно-коммуникационные технологии постиндустриального общества.

Тема 2.2 Коммуникативная личность в условиях информационного общества.

Коммуникативная личность как главное звено коммуникативной цепи. Иерархия потребностей коммуникативной личности. Коммуникация как вид социального взаимодействия. Целевые установки коммуникативной личности. Условия становления коммуникативной личности; ее компоненты в сфере рекламы и пиар..

Тема 2.3. Методологические подходы в современной коммуникативистике.

1. Научные парадигмы и подходы в современной коммуникативистике. Концепции информационного общества. Современные коммуникативные модели. Особенности медиавоздействия. Медиаэкология и понятие сетевого общества. Концепция массмедиа как особой социальной системы. Ученые о роли массовой коммуникации в социуме.

4.3 Лекции/лабораторные/практические/ занятия

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 4

Содержание лекций /практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия ¹	Кол-во часов
1.	Раздел 1. Коммуникативистика как область научного знания				
	Тема 1. 1. Коммуникативистика как наука и учебная дисциплина.	<i>Практическое занятие № 1.</i> Объект, предмет, цель, задачи. Становление и развитие науки. общенаучные и эмпирические методы) и их характеристика.	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Беседа, опрос.	2
		<i>Практическое занятие № 2.</i> Методы исследования в коммуникативистике. Общенаучные и эмпирические методы и их характеристика.		Рефераты Медиапрезентации	2
		Лекция	ОПК-4.1 ОПК-4.2		2
2.	Раздел 2. Информационно-коммуникационная система постиндустриального общества.				
	Тема 2.1 Коммуникации как институт обеспечения коммуникативной деятельности человека и социальных систем. Информационно-коммуникационные технологии	<i>Практическое занятие № 3,4.</i> Коммуникативный процесс, его организация и специфика в сфере связей с общественностью. Коммуникативный процесс, его организация и	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Индивидуальный опрос: работа по заданиям	4

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия ¹	Кол-во часов
	постиндустриальног о общества.	специфика в сфере рекламы. Условия осуществления коммуникации в социуме.			
	Тема 2.2 Коммуникативная личность в условиях информационного общества.	<i>Практическое занятие № 5.</i> Коммуникативная личность как главное звено коммуникативной цепи. Условия становления коммуникативной личности; ее компоненты в сфере рекламы и пиар	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Беседа Мозговой штурм. Работа с текстами. Анализ специфики рекламного медиатекста.	2
	Лекция		ОПК-4.1 ОПК-4.2		2
	Тема 2.3. Методологические подходы в современной коммуникативистике .	<i>Практическое занятие № 6,7.</i> Научные парадигмы и подходы в современной коммуникативистике .Концепции информационного общества. Медиаэкология и понятие сетевого общества.	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Круглый стол, дискуссия. Работа по индивидуальн ым заданиям, выполнение рефератов и медиапрезент аций.	4
		Лекция	ОПК-4.1 ОПК-4.2		2

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5а

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1. Коммуникативистика как область научного знания		
1.	Тема 1. 1. Коммуникативистика как наука и учебная дисциплина.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предпосылки возникновения коммуникативистики как науки в России и за рубежом (анализ монографических исследований) 2. Коммуникативистика как одно из направлений коммуникологии 3. Специфика методологической основы коммуникативистики. 4. Понятие коммуникологии как интегративной научной дисциплины.
...	...	
Раздел 2. Информационно-коммуникационная система постиндустриального общества.		
...	Тема 2.1 Коммуникации как институт обеспечения коммуникативной деятельности человека и социальных систем.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-коммуникационные технологии постиндустриального общества. 2. Условия осуществления коммуникации в социуме. 3. Современные средства организации коммуникативного процесса в сфере рекламы и связей с общественностью. 4. Специфика организации коммуникативного процесса в сфере связей с общественностью. 5. Специфика организации коммуникативного процесса в сфере рекламы.
...	Тема 2.2 Коммуникативная личность в условиях информационного общества.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Иерархия потребностей коммуникативной личности. 2. Параметры коммуникативной личности. 3. Целевые установки коммуникативной личности. 4. Специфика структуры коммуникативной личности в сфере рекламы и связей с общественностью
	Тема 2.3. Методологические подходы в современной коммуникативистике	<ol style="list-style-type: none"> 1. Современные коммуникативные модели. 2. Особенности медиавоздействия. 3. Концепция массмедиа как особой социальной системы. 4. Социальная коммуникация: подходы, модели, парадигмы с точки зрения пиара и пропаганды. 4. Ученые о роли массовой коммуникации в социуме.

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
1.	Методологические подходы в современной коммуникативистике.	Л	Активная форма: проблемная лекция
2.	Коммуникативная личность как главное звено коммуникативной цепи.	ПЗ	Интерактивная форма: Мозговой штурм
3	Методологические подходы в современной коммуникативистике	ПЗ	Интерактивная форма: Круглый стол

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Кейс 1.

Разбившись по группам (от 3 до 5 человек), представьте проблемное поле одной из тем в виде дискуссионных вопросов и тезисов. Проведите дискуссию.

1. Подходы к проблеме соотношения коммуникологии и коммуникативистики.
2. Сфера прикладной коммуникативистики: объект, предмет, цель, задачи, проблемы.
3. Теоретические и прикладные исследования в современной коммуникативистике.
4. Коммуникации как институт обеспечения коммуникативной деятельности человека и социальных систем.

5. Коммуникативный процесс, его организация и специфика в сфере связей с общественностью (на примере конкретной организации).
6. Коммуникативный процесс, его организация и специфика в сфере рекламы (на примере конкретной организации).

Кейс 2.

Выбрав одну из приведенных ниже тем, подготовьте выступление для заседания круглого стола по теме «Концепции информационного общества» Подготовьтесь к участию в работе круглого стола.

1. Семиотический подход в исследованиях коммуникации.
2. Бихевиористский подход к исследованию медиавоздействия.
3. Концепция информационного общества Д. Белла.
4. Концепция информационного общества М. Маклюэна.
5. Концепция информационного общества Э. Тоффлер.
6. Концепция информационного общества М. Кастельса.
7. Концепция информационного общества Ф. Уэбстера.
8. Критический анализ дискурса в работах Т ван Дейка.
9. Особенности медиавоздействия в концепции С. Холла.
10. Социально-психологическая концепция Дж. Мида и Г. Блумера.
11. Медиаэкология и понятие сетевого общества.
12. Коммуникативная модель П Лазарсфельда.
13. Трехмерная модель коммуникации Н. Феркло.
14. Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса.
15. Концепция массмедиа как социальной системы Н. Лумана.
16. Г. Лассуэлл о роли массовой коммуникации в социуме.

Контрольные работы

Программой предусматривается письменная контрольная работа, которая носит итоговый и обобщающий характер.

В контрольной работе магистрантам предлагаются вопросы по теме «Социальная коммуникация: подходы, модели, парадигмы с точки зрения пиара и пропаганды».

Для выполнения контрольных заданий обучающиеся должны подготовиться по следующим вопросам:

1. Классическая парадигма коммуникации
2. Коммуникация в различных социокультурных парадигмах
3. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации
4. Модели и структурные компоненты коммуникации.
5. Основные концепции теории коммуникации.
6. Коммуникация как структура

7. Общение как коммуникативный процесс
8. Личность в системе коммуникации
9. Проблема коммуникативной компетенции в теории коммуникации и социальных практиках
10. Семиотические особенности различных коммуникативных систем
11. Коммуникации в государственных и общественных структурах
12. Коммуникации в экономической, производственной и коммерческой сфере
13. Основные виды профессионально ориентированной коммуникации
14. Категория понимания в теории речевой коммуникации.
15. Трансляционные парадигмы коммуникации
16. Интеракционные коммуникационные парадигмы
17. Коммуникативная модель Г. Ласуэлла в сфере пиар и пропаганды.
18. Коммуникативная модель Шеннона-Уивера и ее значение для СМК.
19. Коммуникативная модель Р. Якобсона.
20. Коммуникативная модель Т. Ньюкомба.
21. Коммуникативное пространство видов искусства
22. Коммуникация и этикет.
23. Коммуникативная личность. Понятие коммуникативной компетенции
24. Типы коммуникативной личности
25. Методы анализа коммуникативных процессов
26. Коммуникативные проблемы (угрозы) в современном информационном обществе.

Примерная программа экзамена

- ✓ Коммуникативистика как область научного знания. Предмет, цель и задачи.
- ✓ Коммуникативистика как одно из направлений коммуникологии. Понятие коммуникологии как интегративной научной дисциплины.
- ✓ Основные методологические подходы в современной коммуникативистике.
- ✓ Методы исследования в коммуникативистике (общенаучные и эмпирические методы) и их характеристика.
- ✓ Место и роль дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» в подготовке магистров по программе «Реклама и связи с общественностью».
- ✓ Подходы к проблеме соотношения коммуникологии и коммуникативистики.

- ✓ Теоретические и прикладные исследования в современной коммуникативистике.
- ✓ Предмет и задачи прикладной коммуникативистики.
- ✓ Коммуникации как институт обеспечения коммуникативной деятельности человека и социальных систем.
- ✓ Коммуникативный процесс, его организация и специфика в сфере связей с общественностью.
- ✓ Коммуникативный процесс, его организация и специфика в сфере рекламы.
- ✓ Условия осуществления коммуникации в социуме.
- ✓ Коммуникативная личность как главное звено коммуникативной цепи.
- ✓ Иерархия потребностей коммуникативной личности.
- ✓ Коммуникация как вид социального взаимодействия.
- ✓ Целевые установки коммуникативной личности. Соотношение терминальных и инструментальных целей.
- ✓ Условия становления коммуникативной личности.
- ✓ Классическая парадигма в коммуникативистике.
- ✓ Неклассическая парадигма в коммуникативистике.
- ✓ Постнеклассическая парадигма в коммуникативистике.
- ✓ Информационно-коммуникативная система постиндустриального общества.
- ✓ Концепции информационного общества (Д. Белл).
- ✓ Концепции информационного общества (М. Маклюэн).
- ✓ Концепции информационного общества (Э. Тоффлер).
- ✓ Концепции информационного общества (М. Кастельс).
- ✓ Концепции информационного общества (Ф. Уэбстер).
- ✓ Критический анализ дискурса в Работы Т ван Дейка.
- ✓ Семиотический подход в исследованиях коммуникации.
- ✓ Бихевиористский подход к исследованию медиавоздействия.
- ✓ Особенности медиавоздействия в концепции С. Холла.
- ✓ Социально-психологическая концепция Дж. Мида и Г. Блумера.
- ✓ Медиаэкология и понятие сетевого общества.
- ✓ Коммуникативная модель П Лазарсфельда.
- ✓ Трехмерная модель коммуникации Н. Феркло.
- ✓ Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса.
- ✓ Концепция массмедиа как социальной системы Н. Лумана.
- ✓ Г. Лассуэлл о роли массовой коммуникации в социуме.

Тематика рефератов

1. Коммуникология как область научного знания и как учебная дисциплина.
2. Предмет коммуникологии как науки о системе средств и гуманитарных функций массовых информационных связей.

3. Место коммуникологии в системе современного гуманитарного знания.
4. Коммуникативистика как направление коммуникологии.
5. Методологическая основа коммуникологии.
6. Проблемное поле коммуникологии, дискуссионные вопросы о статусе и границах науки.
7. Этапы развития коммуникации в социуме.
8. Коммуникативный процесс в рекламе и СО.
9. Специфика и закономерности функционирования информационно-коммуникативных систем.
10. Классическая парадигма коммуникации применительно к сфере рекламы и СО.
11. Неклассическая парадигма коммуникации и ее роль в развитии МК.
12. Постнеклассическая парадигма коммуникации и информационное общество.
13. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации
14. Модели и структурные компоненты коммуникации. Основные концепция в теории коммуникации.
15. Семиотические особенности различных коммуникативных систем
16. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения
17. Аудитория коммуникации
18. Коммуникативные прогнозы и учет реакции аудитории на коммуникативное послание
19. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть
20. Языковая личность пользователя SMS-коммуникаций.
21. Философы древнего мира о коммуникации, речевом воздействии и взаимодействии.
22. Коммуникативные стратегии топ-блоггеров (на примере русскоязычного сегмента Живого Журнала).
23. Детское телевидение в России как развивающийся коммуникативный сегмент общества.
24. Коммуникационные технологии продвижения некоммерческого партнерства и гуманитарных фондов (на примере деятельности фонда «Подари жизнь»).
25. Телевизионные новости как коммуникация(= новости в радиозэфире как коммуникация = новостные ленты Интернета как коммуникация).
26. Информационные войны на постсоветском пространстве.
27. Пропагандистские коммуникативные технологии.
28. Коммуникативные возможности рекламы.
29. Коммуникативные проблемы (угрозы) в современном информационном обществе.
30. Коммуникативные возможности и коммуникативные проблемы социальных сетей.

Требования к оформлению рефератов

Объем – 20-25 с.

Технические параметры: формат – doc (MS Word); поля: верх, низ - 2,5 см, лев. – 3 см, прав. – 1,5 см; шрифт – Times New Roman, кегль – 14 пт; интервал – 1,5; абзацный отступ (красная строка) – 1,25 см; выравнивание – по ширине; перенос слов – автоматический; рисунки, графики, схемы и т.д. должны быть черно-белые в формате JPEG; страницы текста нумеруются внизу по центру. Допускаются шрифтовые выделения курсивом, жирным шрифтом и жирным курсивом (однотипные).

Название глав и параграфов печатается жирным кеглем, выравнивание по центру. Точки в конце заголовков не допускаются. Ссылки на используемую литературу даются в тексте в квадратных скобках по типу [Моррис 1983: 72]; список литературы – после текста статьи в алфавитном порядке, сначала российские, затем зарубежные авторы и интернет-ресурсы.

Структура: титульный лист, содержание с указанием номеров страниц, Введение (постановка проблемы, объект, предмет, цель работы, задачи, структура и т.д.), Главы (с делением на параграфы по типу 1.1, 1.2, 1.3...), Заключение (итоги, выводы и результаты работы), Список литературы, Приложения.

Предоставляется: 1) папка с распечатанным текстом и 2) электронная версия реферата.

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Критерии оценивания результатов обучения

Таблица 8

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку « отлично » заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку « хорошо » заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку « удовлетворительно » заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.

Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.
---	--

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: Уч. пос. – М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Киселев А.В. Теория и практика массовой информации. СПб.: Питер, 2011.
3. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. М.2015.
4. Шарков. Ф.И Коммуникология: основы теории коммуникации. М.: Дашков и К*, 2014.

7.2 Дополнительная литература

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2009.
2. Папкина О.В. Деловые коммуникации: Учебник. М.: Инфра, 2014.

7.3 Нормативные правовые акты

1. Федеральный закон «О средствах массовой информации» от 13.01.1995. № 6-ФЗ.
2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03. 2006. № 38-ФЗ.

7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Комплект медиапрезентаций по вопросам лекционных занятий для самоподготовки магистрантов.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Глюксман Андре. «Corriere Della Sera», 16.09.2008 // <http://www.inosmi.ru/0704/25/3510/244044.html>
2. Титченер Эдвард [Электронный ресурс] / Э. Титченер. – msk treko.ru.skowdist.504

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Таблица 9

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип Программы	Автор	Год разработки
1	Методологические подходы в современной коммуникативистике.	Microsoft Power Point	обучающая		
2	Коммуникативистика как наука и учебная дисциплина.	Microsoft Word	обучающая		
3	Коммуникативная личность как главное звено коммуникативной цепи.	Google Chrome	обучающая		

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий

1. Аудитории, оборудованные для проведения интерактивных лекций: мультимедийное оборудование, видеопроектор, экран настенный.
2. Стандартно оборудованные лекционные аудитории.

Требования к специализированному оборудованию

Специализированное оборудование на занятиях – оборудование для медиapезентации: компьютер, экран, видеопроектор.

Аудиторный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева: специализированные аудитории, оснащенные спецоборудованием для проведения лекционных занятий (средства мультимедиа) и для проведения практических занятий (средства мультимедиа или компьютерные классы с доступом к сети Интернет, информационным базам данных для тестирования);

- библиотечный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (учебная, научная, монографическая литература, словари, справочники-практикумы).

**Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями,
кабинетами, лабораториями**

Таблица 10

№ учебного корпуса (адрес*)	№ помещения	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 250 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	CeID-1800/512/80/DVD-R ин.№ 558788/200 Доска белая ин.№ 558762/2 Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000003859 Крепление для проектора ин.№ 558769/1 Экран с электроприводом ин.№ 558771 Копозия стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. ин.№ 594115 - 594120 Парты + скамейки (Комплект Медалист)-12 шт. ин.№ 593972 - 593984
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 249 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел .ин.№ 598946 Стол аудиторный ин.№ 558588 18 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин.№ 558590 1 шт.

11. Методические рекомендации магистрантам по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным разделам дисциплины. На практических занятиях магистранты выполняют разного рода задания, выступают с рефератами и участвуют в научных дискуссиях, деловой, ролевой игре, заседаниях круглого стола, обсуждении деловых ситуаций, связанных со спецификой коммуникации как процесса в системе рекламы и связей с общественностью.

Сложным для усвоения может оказаться тема раздела 2 «Методологические подходы в современной коммуникативистике» в силу объема и многообразия материала. Магистрант обязан проработать и хорошо усвоить теоретический материал (лекционный и данный в учебной литературе), являющийся основой для изучения этого раздела и необходимый для осмысления его содержания.

При изучении разделов и тем учебной дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» важно правильно организовать самостоятельную работу: перед выполнением практических заданий следует сначала проработать лекционный материал, затем изучить материал учебника и учебных пособий, после этого ознакомиться с методическими рекомендациями по темам курса и только затем приступить к выполнению письменных или устных практических заданий.

Над рефератом по выбранной теме необходимо приступить к работе с начала учебного семестра, чтобы к моменту изучения очередной темы курса выступить на практическом занятии по теме реферата с информацией, которая может стать дополнением к изучаемому материалу. Последовательность работы над рефератом заключается в следующем: выбор темы реферата, подбор литературы по теме, изучение литературы, составление плана реферата, написание текста в соответствии с планом, редактирование текста, чтение текста.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

Учебная дисциплина «Теория и методология современной коммуникативистики» магистерской программы «Реклама и связи с общественностью» состоит из двух взаимосвязанных разделов: «Коммуникативистика как область научного знания» и «Информационно-коммуникационная система постиндустриального общества».

В процессе преподавания учебной дисциплины основными задачами преподавателя являются следующие: 1) раскрыть содержание каждого раздела (каждой входящей в него темы); 2) показать логическую взаимосвязь материала разделов так, чтобы учебная дисциплина открылась студентам как

научная система; 3) направить магистрантов на методически верное овладение учебным материалом; 4) привить необходимые навыки и умения по изучаемой дисциплине; 5) эффективно контролировать процесс получения знаний, умений и навыков в объеме заявленных компетенций.

При изучении разделов и тем дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики целесообразно использовать проблемно-поисковые методы ведения лекционных занятий: проблемные лекции, лекции с элементами эвристической беседы (наряду с обзорными, информационными лекциями). Проведение практических занятий можно организовать в форме традиционного комбинированного урока, в форме семинара, беседы, дискуссии, мозгового штурма, круглого стола в зависимости от дидактических целей, в виде учебно-научных семинаров, ролевых и деловых игр, разбора конкретных деловых ситуаций, учебных конференций, дискуссий.

Практические занятия №№ 6 и 7 в рамках раздела «Информационно-коммуникационная система постиндустриального общества» могут быть проведены в форме круглого стола или учебной научной конференции, на которой магистранты выступают с реферативными сообщениями. Затем организуется обсуждение выступлений, в котором принимают участие все слушатели. Занятие № 5 целесообразно провести в форме мозгового штурма для более глубокого понимания рассматриваемых вопросов.

Для самостоятельной работы магистрантов предусмотрены темы рефератов и вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов и темы рефератов целесообразно предложить обучающимся в начале семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки. На практическом занятии, организованном в форме учебной конференции, можно провести заслушивание и обсуждение рефератов.

Для подготовки деловых и ролевых игр необходимо предварительное обсуждение со студентами сценария ролевой игры, распределение ролей, назначение ответственных за игровую, ролевую ситуацию.

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить методы преподавания, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности.

Программу разработала:

Алтабаева Е.В., д.ф.н., проф. _____

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики»
ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»
(квалификация (степень) выпускника – магистр)

Мамедовым Азером Агабалаевичем, доктором философских наук, профессором кафедры философии ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кандидатом филологических наук, доцентом (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (магистратура), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Алтабаева Елена Владимировна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (магистратура), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «08» апреля 2015 г. № 372 и зарегистрированного в Минюсте РФ «05» мая 2015 г. № 37114.

2. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам, предъявляемым к рабочей программе дисциплины в соответствии с Письмом Рособрнадзора от 17.04.2006 N 02-55-77ин/ак «О новых критериях показателя государственной аккредитации высших учебных заведений».

3. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ООП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к боку общепрофессиональных дисциплин базовой части – Б1.О.04.06.

4. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

5. В соответствии с Программой за дисциплиной «Теория и методология современной коммуникативистики» закреплена 1 общепрофессиональная компетенция. Дисциплина «Теория и методология современной коммуникативистики» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

6. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

7. Содержание учебной дисциплины, представленной Программы, соответствует требованиям к Программам в части соответствия и ориентации на область профессиональной деятельности, а также запросам экономики и рынка труда.

8. Общая трудоёмкость дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» составляет 2 зачётных единицы (72 часа).

9. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Теория и методология современной коммуникативистики» взаимосвязана с другими

дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью», и возможность дублирования в содержании отсутствует.

10. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, применяемых при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

11. Программа дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» предполагает 34,7% (6 часов) занятий в интерактивной форме (от 20 часов аудиторных).

12. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС направления 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью».

13. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, диспутах, круглых столах, деловых и ролевых играх, выполнение аудиторных заданий), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

14. Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета и экзамена и соответствует статусу дисциплины как дисциплины базовой части – Б1.О.04.06 ФГОС ВО направления 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью».

15. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

16. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 4 источника, дополнительной литературой – 2 наименования, Интернет-ресурсы – 2 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью».

17. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

18. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Теория и методология современной коммуникативистики» и соответствуют требованиям Письма Рособнадзора от 17.04.2006 N 02-55-77ин/ак.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью», (квалификация (степень) выпускника – магистр), разработанная доктором филологических наук, профессором, профессором кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации Алтабаевой Е.В. соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Мамедов А.А., профессор кафедры философии ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, доктор философских наук, доцент _____ « ____ » _____ 2019 г.