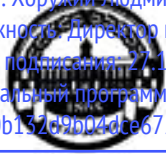


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна  
Должность: Директор института экономики и управления АПК  
Дата подписания: 27.11.2025 15:36:50  
Уникальный программный ключ:  
1e90b13249b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



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)

Институт экономики и управления АПК  
Кафедра связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института экономики и  
Управления АПК  
  
Л.И. Хоружий  
202\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.05.02 Основы теории коммуникаций**  
(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: «Реклама и медиакоммуникации»

Курс 1

Семестр 1,2

Форма обучения: очное

Год начала подготовки: 2025

Москва, 2025

Москва, 2025

Разработчик (и): Муравьева М.В., докт.экон.наук, проф.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
«14» августа 2025 г.

Рецензент: Келеметов Э.М. канд.экон.наук, доц.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

  
«14» августа 2025 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и учебного плана 2025 начала подготовки.

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма протокол № 01 от «14» августа 2025 г.

Зав. кафедрой Евграфова Л.В., канд.экон.наук, доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

  
«14» августа 2025 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии

Института экономики и управления АПК

Гупалова Т.Н., канд.экон.наук, доц.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

  
«18» августа 2025 г.

Заведующий выпускающей кафедрой

связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

Евграфова Л.В., канд.экон.наук, доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

  
«25» августа 2025 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ

  
Сидорова Н.И.

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

<u>АННОТАЦИЯ</u> .....	4
<u>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</u> .....	4
<u>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ</u> .....	4
<u>3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</u> .....	5
<u>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</u> .....	5
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ ПО СЕМЕСТРАМ .....	5
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	8
4.3 ЛЕКЦИИ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/ ЗАНЯТИЯ .....	8
<u>5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ</u> .....	9
<u>6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</u> .....	10
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	10
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ .....	10
<u>7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</u> .....	11
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	11
7.3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ .....	11
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	11
<u>9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)</u> .....	12
<u>10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</u> .....	12
<u>11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ</u> .....	13
Виды и формы отработки пропущенных занятий .....	14
<u>12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</u> .....	14

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.02**  
**Основы теории коммуникации**  
**для подготовки бакалавров по направлению**  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**направленности «Реклама и медиакоммуникации»**

**Цель освоения дисциплины:**

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки Б1.О.05.02 Основы теории коммуникации

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2

**Краткое содержание дисциплины:** Дисциплина предусматривает освоение будущими бакалаврами базовых понятий, моделей и механизмов коммуникационных процессов, а также формирование практических навыков эффективного взаимодействия в различных сферах жизни.

Учащиеся получают представление о сущности и функциях коммуникации, структуре коммуникативного процесса, типах и уровнях коммуникации, вербальных и невербальных средствах общения, коммуникативных моделях и теориях, факторах эффективности коммуникации, роли медиа и технологий в коммуникации, прикладных аспектах коммуникации.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 252 часов / 7 зач.ед

**Промежуточный контроль:** зачет, экзамен

## **1. Цель освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» является сформировать у обучающихся системное понимание коммуникационных процессов и прикладные коммуникативные компетенции, необходимые для эффективной профессиональной и социальной деятельности.

Задачами дисциплины являются:

**Теоретическое освоение базовых понятий:** изучить ключевые концепции и термины теории коммуникации; освоить основные модели и типы коммуникационных процессов; понять структуру коммуникативного акта и его компоненты.

**Анализ коммуникационных систем:**

исследовать особенности межличностной, групповой и массовой коммуникации; рассмотреть специфику вербальных и невербальных каналов передачи информации; изучить механизмы функционирования медиакоммуникационных систем.

**Развитие аналитических компетенций:**

научиться выявлять и анализировать коммуникативные барьеры; освоить методы оценки эффективности коммуникационных стратегий; изучить факторы, влияющие на восприятие и интерпретацию сообщений.

**Формирование практических навыков:**

овладеть техниками построения убедительных коммуникативных сообщений; развить способность адаптировать коммуникацию к различным аудиториям; научиться применять коммуникативные стратегии в профессиональных ситуациях.

**Освоение междисциплинарных связей:**

показать взаимосвязь теории коммуникации с психологией, социологией, лингвистикой и семиотикой;изучить влияние социокультурного контекста на коммуникационные процессы;рассмотреть роль коммуникации в функционировании общественных и государственных институтов.

#### **Подготовка к профессиональной деятельности:**

сформировать навыки создания коммуникационных продуктов (текстов, сообщений, кампаний);научить учитывать специфику медиасреды при разработке коммуникационных решений;развить способность прогнозировать эффекты коммуникационных воздействий.

Для наиболее успешного освоения студентами дисциплины «Основы теории коммуникации» необходимо использовать предполагается использование в учебном процессе цифровых технологий и инструментов, таких как пакет программ MS Office, Zoom, Webinar, а также Интернет-ресурсов elibrary.ru, Google Scholar и электронных библиотечных систем.

## **2. Место дисциплины в учебном процессе**

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к обязательную часть части Блока 1 «Основы теории коммуникации» учебного плана. Дисциплина «Основы теории коммуникации» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС ВО, профессионального стандарта, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Основы теории коммуникации» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: ,

Рабочая программа дисциплины «Основы теории коммуникации» 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**

Образовательные результаты освоения дисциплины обучающимся, представлены в таблице 1.

## **4. Структура и содержание дисциплины**

### **4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зач.ед. (252 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

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.	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Умеет взаимодействовать в команде	основные модели и стили командного взаимодействия; принципы распределения ролей и зон ответственности в команде; механизмы разрешения конфликтов и достижения консенсуса; нормы этичного коммуникативного поведения в групповой работе; технологии эффективной обратной связи в команде.	выстраивать продуктивные коммуникационные связи с членами команды; чётко формулировать свою позицию и аргументировать предложения; слушать и учитывать мнения других участников; координировать совместные действия для достижения общей цели; адаптироваться к разным ролям в командном взаимодействии.	навыками ведения конструктивных дискуссий и переговоров в команде; приёмами фасилитации групповых обсуждений; методами распределения задач и контроля их исполнения; техниками предотвращения и урегулирования межличностных конфликтов; инструментами командной рефлексии и подведения итогов совместной работы.
2.	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	структуру и функции ключевых общественных и государственных институтов; правовые и нормативные основы деятельности институтов; исторические этапы формирования и эволюции институтов; современные тенденции трансформации институтов в условиях глобализации и цифровизации; взаимосвязи между различными институтами и их влияние на коммуникационные процессы.	анализировать деятельность институтов с точки зрения их коммуникационных практик; выявлять ключевые каналы взаимодействия институтов с общественностью; оценивать влияние институциональных изменений на общественное мнение; сопоставлять модели функционирования институтов в разных социокультурных контекстах; прогнозировать последствия институциональных реформ для коммуникационной среды.	методиками анализа институциональных коммуникаций; инструментами мониторинга деятельности общественных и государственных институтов; навыками интерпретации официальных документов и заявлений институтов; технологиями изучения общественного восприятия институциональных изменений; способами адаптации коммуникационных стратегий к особенностям институциональной среды.

			ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	актуальные тренды развития общественных и государственных институтов; специфику коммуникационных стратегий институтов разных типов; требования к контенту, адресованному институтам и их аудиториям; этические и правовые ограничения при взаимодействии с институтами; лучшие практики интеграции институциональных тем в коммуникационные продукты.	адаптировать рекламные и PR-тексты к ценностным установкам институтов; учитывать институциональные нормы при разработке коммуникационных кампаний; встраивать актуальные институциональные повестки в контент; прогнозировать реакцию институтов на коммуникационные инициативы; корректировать коммуникационные стратегии с учётом институциональных изменений.	навыками создания текстов, соответствующих институциональным ожиданиям; методами анализа институциональных дискурсов для разработки контента; технологиями согласования коммуникационных продуктов с институциональными интересами; приёмами аргументации, релевантными для институциональной аудитории; инструментами оценки эффективности коммуникации с институтами.
3.	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	структуру и компоненты медиакоммуникационной системы; особенности функционирования различных медиаканалов (ТВ, радио, пресса, цифровые платформы); закономерности распространения информации в медиасреде; факторы, влияющие на эффективность медиакоммуникаций; специфику аудитории разных медиа и её коммуникационные предпочтения.	выбирать оптимальные медиаканалы для реализации коммуникационных задач; адаптировать контент под требования конкретных медиаплатформ; учитывать медиалогику при планировании рекламных и PR-кампаний; анализировать медиаконтент на соответствие коммуникационным целям; прогнозировать эффекты медиавоздействия в разных системах.	навыками медиапланирования и распределения коммуникационных ресурсов; технологиями создания кросс-медийных коммуникационных продуктов; методами оценки медиаохвата и вовлечённости аудитории; инструментами мониторинга и анализа медиапространства; приёмами оптимизации коммуникационных стратегий под специфику медиасистемы.

Таблица 2

## Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость		
	час. всего/*	В т.ч. по семестрам	
		№ 1	№2
<b>Общая трудоёмкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>252</b>	<b>144</b>	<b>108</b>
<b>1. Контактная работа:</b>	<b>100,65</b>	<b>50,25</b>	<b>50,40</b>
<b>Аудиторная работа</b>	<b>124,35</b>	<b>50,25</b>	<b>50,40</b>
<i>в том числе:</i>			
<i>лекции (Л)</i>	<b>32,00</b>	<b>16,00</b>	<b>16,00</b>
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	<b>66,00</b>	<b>34,00</b>	<b>32,00</b>
<i>консультации перед экзаменом</i>	<b>2,00</b>		<b>2,00</b>
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	<b>0,65</b>	<b>0,25</b>	<b>0,40</b>
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>124,35</b>	<b>93,75</b>	<b>30,60</b>
<i>Контроль</i>	<b>27,00</b>		<b>27,00</b>
Вид промежуточного контроля:		зачет	экзамен

## 4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

## Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/С	ПКР	
Раздел 1. Теоретические основы коммуникации	72,0	8,0	16,0		48,0
Раздел 2. Виды и уровни коммуникации	71,8	8,0	18,0		45,8
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,2			0,2	
<b>Всего за 1 семестр</b>	<b>144,0</b>	<b>16,0</b>	<b>34,0</b>	<b>0,2</b>	<b>93,8</b>
Раздел 3. Средства и каналы коммуникации	40,0	8,0	16,0		16,0
Раздел 4. Прикладные аспекты коммуникации	38,6	8,0	16,0		14,6
<i>консультации перед экзаменом</i>	2,0			2,0	
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,4			0,4	
<i>контроль</i>	27,0			27,0	
<b>Всего за 2 семестр</b>	<b>108,0</b>	<b>16,0</b>	<b>32,0</b>	<b>29,4</b>	<b>30,6</b>
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>252,0</b>	<b>32,0</b>	<b>66,0</b>	<b>29,6</b>	<b>124,4</b>



## Раздел 1. Теоретические основы коммуникации

### 1.1. Понятие и сущность коммуникации

- 1.1.1. Многозначность термина «коммуникация» (социальное, техническое, биологическое значения).
- 1.1.2. Коммуникация как социальный процесс: функции и роль в обществе.
- 1.1.3. Отличие коммуникации от общения: семантические и функциональные различия.

### 1.2. История развития теории коммуникации

- 1.2.1. Античные и средневековые представления о коммуникации.
- 1.2.2. Становление научной теории коммуникации в XX веке.
- 1.2.3. Современные направления исследований в теории коммуникации.

### 1.3. Основные модели коммуникации

- 1.3.1. Линейные модели (Шеннона-Уивера, Лассуэлла).
- 1.3.2. Циркулярные модели с обратной связью.
- 1.3.3. Трансакционные и сетевые модели коммуникации.

### 1.4. Структура коммуникативного акта

- 1.4.1. Компоненты коммуникативного процесса (коммуникатор, реципиент, сообщение, канал).
- 1.4.2. Этапы передачи и восприятия информации.
- 1.4.3. Роль контекста и обратной связи в коммуникации.

### 1.5. Функции коммуникации

- 1.5.1. Информационная и регулятивная функции.
- 1.5.2. Экспрессивная и социальная функции.
- 1.5.3. Интегративная и дезинтегративная функции.

### 1.6. Коммуникативные коды и знаки

- 1.6.1. Семиотика коммуникации: знаки, символы, значения.
- 1.6.2. Вербальные и невербальные коды.
- 1.6.3. Паралингвистические средства коммуникации.

### 1.7. Коммуникативные барьеры

- 1.7.1. Языковые и семантические барьеры.
- 1.7.2. Психологические и культурные барьеры.
- 1.7.3. Технологические помехи и шумы.

### 1.8. Этические основы коммуникации

- 1.8.1. Принципы этичной коммуникации.
- 1.8.2. Проблема манипуляции и пропаганды.
- 1.8.3. Профессиональная этика в коммуникативных профессиях.

## Раздел 2. Виды и уровни коммуникации

### 2.1. Межличностная коммуникация

- 2.1.1. Характеристики межличностной коммуникации.
- 2.1.2. Механизмы взаимопонимания в диалоге.
- 2.1.3. Эффекты межличностного восприятия.

### 2.2. Групповая коммуникация

- 2.2.1. Структура и динамика групповых коммуникаций.
- 2.2.2. Роли участников в групповой коммуникации.
- 2.2.3. Принятие решений в групповых коммуникациях.

### 2.3. Массовая коммуникация

- 2.3.1. Особенности массовой коммуникации.
- 2.3.2. Роль СМИ в массовой коммуникации.
- 2.3.3. Эффекты массовой коммуникации.

## 2.4. Организационная коммуникация

- 2.4.1. Вертикальная и горизонтальная коммуникация в организациях.
- 2.4.2. Формальные и неформальные каналы коммуникации.
- 2.4.3. Коммуникационные сети в организациях.

## 2.5. Межкультурная коммуникация

- 2.5.1. Культурные различия в коммуникативных практиках.
- 2.5.2. Языковые и невербальные особенности межкультурного общения.
- 2.5.3. Стратегии преодоления межкультурных барьеров.

## 2.6. Цифровая и сетевая коммуникация

- 2.6.1. Особенности онлайн-коммуникации.
- 2.6.2. Социальные сети как коммуникационная среда.
- 2.6.3. Цифровая идентичность и самопрезентация.

## 2.7. Публичная коммуникация

- 2.7.1. Принципы публичного выступления.
- 2.7.2. Ораторское мастерство и аргументация.
- 2.7.3. Визуальная поддержка публичного выступления.

## 2.8. Деловая коммуникация

- 2.8.1. Специфика делового общения.
- 2.8.2. Переговоры и деловая переписка.
- 2.8.3. Этикет деловой коммуникации.

# Раздел 3. Средства и каналы коммуникации

## 3.1. Вербальная коммуникация

- 3.1.1. Язык как средство коммуникации.
- 3.1.2. Речевые стратегии и тактики.
- 3.1.3. Риторика и стилистика коммуникации.

## 3.2. Невербальная коммуникация

- 3.2.1. Кинесика: жесты, мимика, позы.
- 3.2.2. Проксемика: пространственная организация общения.
- 3.2.3. Такесика и паралингвистика.

## 3.3. Письменная коммуникация

- 3.3.1. Особенности письменной коммуникации.
- 3.3.2. Стили и жанры письменных текстов.
- 3.3.3. Правила деловой переписки.

## 3.4. Визуальная коммуникация

- 3.4.1. Визуальные образы как средство коммуникации.
- 3.4.2. Инфографика и визуализация данных.
- 3.4.3. Дизайн как коммуникационный инструмент.

## 3.5. Медиаканалы коммуникации

- 3.5.1. Традиционные медиа (печать, ТВ, радио).
- 3.5.2. Цифровые медиа и интернет-платформы.
- 3.5.3. Новые медиа и их особенности.

## 3.6. Технические средства коммуникации

- 3.6.1. Телефония и видеосвязь.
- 3.6.2. Системы конференц-связи.
- 3.6.3. Мессенджеры и платформы для онлайн-коммуникации.

## 3.7. Символические системы коммуникации

- 3.7.1. Искусственные языки и коды.
- 3.7.2. Символы и логотипы в коммуникации.

- 3.7.3. Семиотика бренда.
- 3.8. Интегрированные коммуникационные каналы
- 3.8.1. Мультимедийные коммуникации.
- 3.8.2. Кросс-медийные стратегии.
- 3.8.3. Омниканальный подход в коммуникации.

#### Раздел 4. Прикладные аспекты коммуникации

##### 4.1. Анализ коммуникационных процессов

- 4.1.1. Методы исследования коммуникации.
- 4.1.2. Мониторинг коммуникационных процессов.
- 4.1.3. Оценка эффективности коммуникации.

##### 4.2. Проектирование коммуникационных кампаний

- 4.2.1. Этапы разработки коммуникационной кампании.
- 4.2.2. Целеполагание и сегментация аудитории.
- 4.2.3. Выбор каналов и инструментов коммуникации.

##### 4.3. Управление коммуникационными рисками

- 4.3.1. Идентификация коммуникационных рисков.
- 4.3.2. Профилактика коммуникационных конфликтов.
- 4.3.3. Кризисные коммуникации.

##### 4.4. Коммуникации в PR и рекламе

- 4.4.1. PR-коммуникации: цели и инструменты.
- 4.4.2. Рекламные коммуникации и их специфика.
- 4.4.3. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

##### 4.5. Переговорные технологии

- 4.5.1. Стратегии и тактики переговоров.
- 4.5.2. Техники аргументации и контраргументации.
- 4.5.3. Разрешение конфликтов в переговорах.

##### 4.6. Коммуникации в управлении

- 4.6.1. Коммуникации в лидерстве.
- 4.6.2. Мотивационные коммуникации.
- 4.6.3. Обратная связь в управленческой коммуникации.

##### 4.7. Медиаграмотность и критическое мышление

- 4.7.1. Навыки критического восприятия информации.
- 4.7.2. Распознавание манипуляций и фейков.
- 4.7.3. Информационная гигиена.

##### 4.8. Перспективы развития коммуникационных технологий

- 4.8.1. Тенденции цифровизации коммуникационных процессов (искусственный интеллект, Big Data, алгоритмы персонализации).
- 4.8.2. Новые форматы взаимодействия: метавселенные, VR/AR-коммуникации, чат-боты.
- 4.8.3. Этические и правовые вызовы цифровых коммуникаций (приватность, кибербезопасность, цифровое неравенство).

### 4.3 Лекции/лабораторные/практические/ занятия

Таблица 4

#### Содержание лекций/ практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических занятий		Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во
1.	Раздел 1. Теоретические основы коммуникации					
	Понятие коммуникации и эволюция её изучения	Лекция 1	1.1. Понятие и сущность коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 1	1.1. Понятие и сущность коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 2	1.2. История развития теории коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
2.	Модели и структура коммуникативного акта	Лекция 2	1.3. Основные модели коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 3	1.3. Основные модели коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 4	1.4. Структура коммуникативного акта	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
3.	Функции и коды коммуникации	Лекция 3	1.5. Функции коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 5	1.5. Функции коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 6	1.6. Коммуникативные коды и знаки	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
	Препятствия и этические аспекты в коммуникации	Лекция 4	1.7. Коммуникативные барьеры	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
Практическое занятие 7		1.7. Коммуникативные барьеры	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2	
		Практическое занятие 8	1.8. Этические основы коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос, рефераты	2
			Рубежный контроль	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	тестирование	0,5
	Раздел 2. Виды и уровни коммуникации					
4.	Межличностная и групповая коммуникация	Лекция 5	2.1. Межличностная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 9	2.1. Межличностная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических занятий		Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во
		Практическое занятие 10	2.2. Групповая коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
5.	Массовая и организационная коммуникация	Лекция 6	2.3. Массовая коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 11	2.3. Массовая коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 12	2.4. Организационная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
6.	Межкультурная и цифровая коммуникация	Лекция 7	2.5. Межкультурная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 13	2.5. Межкультурная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 14	2.6. Цифровая и сетевая коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
7.	Публичная и деловая коммуникация!	Лекция 8	2.7. Публичная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 15	2.7. Публичная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 16	2.8. Деловая коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос, рефераты	2
			Рубежный контроль	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	тестирование	0,5
	<b>Раздел 3. Средства и каналы коммуникации</b>					
4.	Вербальные и невербальные средства	Лекция 9	3.1. Вербальная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 17	3.1. Вербальная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 18	3.2. Невербальная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
5.	Письменная и визуальная коммуникации	Лекция 10	3.3. Письменная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 19	3.3. Письменная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 20	3.4. Визуальная коммуникация	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
6.	Медиаканалы и технические средства	Лекция 11	3.5. Медиаканалы коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 21	3.5. Медиаканалы коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических занятий		Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во
		Практическое занятие 22	3.6. Технические средства коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
7.	Символические системы и интегрированные каналы	Лекция 12	3.7. Символические системы коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 23	3.7. Символические системы коммуникации	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 24	3.8. Интегрированные коммуникационные каналы	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос, рефераты	2
			Рубежный контроль	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	тестирование	0,5
	<b>Раздел 4. Прикладные аспекты коммуникации</b>					
4.	Анализ и проектирование коммуникационных кампаний	Лекция 9	4.1. Анализ коммуникационных процессов	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 17	4.1. Анализ коммуникационных процессов	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 18	4.2. Проектирование коммуникационных кампаний	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
5.	Управление рисками и коммуникации в PR	Лекция 10	4.3. Управление коммуникационными рисками	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 19	4.3. Управление коммуникационными рисками	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 20	4.4. Коммуникации в PR и рекламе	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
6.	Переговорные технологии и коммуникации в управлении	Лекция 11	4.5. Переговорные технологии	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 21	4.5. Переговорные технологии	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Деловая игра	2
		Практическое занятие 22	4.6. Коммуникации в управлении	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
7.	Медиаграмотность и будущее коммуникационных технологий	Лекция 12	4.7. Медиаграмотность и критическое мышление	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Проверка конспектов	2
		Практическое занятие 23	4.7. Медиаграмотность и критическое мышление	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие 24	4.8. Перспективы развития коммуникационных технологий	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	Устный опрос, рефераты	2
			Рубежный контроль	УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2	тестирование	0,5

Таблица 5

**Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины**

<b>№ п/п</b>	<b>Название раздела, темы</b>	<b>Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения</b>
<b>Раздел 1. Теоретические основы коммуникации</b>		
1.	Функции и коды коммуникации	Паралингвистические средства коммуникации.
2.	Препятствия и этические аспекты в коммуникации	Профессиональная этика в коммуникативных профессиях.
<b>Раздел 2. Виды и уровни коммуникации</b>		
3	Межкультурная и цифровая коммуникация	Цифровая идентичность и самопрезентация
4	Публичная и деловая коммуникация!	Этикет деловой коммуникации
<b>Раздел 3. Средства и каналы коммуникации</b>		
5	Медиаканалы и технические средства	Мессенджеры и платформы для онлайн коммуникации.
6	Символические системы и интегрированные каналы	Омниканальный подход в коммуникации
<b>Раздел 4. Прикладные аспекты коммуникации</b>		
7	Переговорные технологии и коммуникации в управлении	Разрешение конфликтов в переговорах.
8	Медиаграмотность и будущее коммуникационных технологий	Этические и правовые вызовы цифровых коммуникаций (приватность, кибербезопасность, цифровое неравенство).

## 5. Образовательные технологии

Таблица 6

### Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1	Понятие коммуникации и эволюция её изучения	Л	лекция-визуализация
2	Модели и структура коммуникативного акта	Л	лекция-визуализация
3	Функции и коды коммуникации	Л	лекция-визуализация
4	Препятствия и этические аспекты в коммуникации	Л	лекция-визуализация
5	Межличностная и групповая коммуникация	Л	лекция-визуализация
6	Массовая и организационная коммуникация	Л	лекция-визуализация
7	Межкультурная и цифровая коммуникация	Л	лекция-визуализация
8	Публичная и деловая коммуникация	Л	лекция-визуализация
9	Анализ и проектирование коммуникационных кампаний	Л	лекция-визуализация
10	Письменная и визуальная коммуникации	Л	лекция-визуализация
11	Медиаканалы и технические средства	Л	лекция-визуализация
12	Символические системы и интегрированные каналы	Л	лекция-визуализация
13	Анализ и проектирование коммуникационных кампаний	Л	лекция-визуализация
14	Управление рисками и коммуникации в PR	Л	лекция-визуализация
15	Переговорные технологии и коммуникации в управлении	Л	лекция-визуализация
16	Переговорные технологии и коммуникации в управлении	ПЗ	деловая игра
17	Медиаграмотность и будущее коммуникационных технологий	Л	лекция-визуализация



## **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**

#### **6.1.1. Примерная тематика рефератов**

1 семестр

##### **«Понятие коммуникации и эволюция её изучения»:**

«Коммуникация как междисциплинарный феномен: от античности до наших дней»;  
«Эволюция понятия „коммуникация“: от простых моделей обмена информацией до современных теорий»;  
«Роль ключевых научных школ в формировании теории коммуникации»;  
«Историческое развитие теории коммуникации: от философских размышлений к практическим моделям»;  
«Коммуникация в контексте развития общества: исторический анализ».

##### **«Модели и структура коммуникативного акта»:**

«Сравнительный анализ линейных и циркулярных моделей коммуникации»;  
«Структура коммуникативного акта: анализ компонентов и их взаимодействия»;  
«Роль обратной связи в структуре коммуникативного акта»;  
«Модели коммуникации в разных сферах жизни: бизнес, образование, СМИ»;  
«Анализ этапов передачи и восприятия информации в коммуникативном акте».

##### **«Функции и коды коммуникации»:**

«Функции коммуникации в современном обществе: информационная, регулятивная, экспрессивная»;  
«Семиотика коммуникации: как работают знаки и коды в общении»;  
«Вербальные и невербальные коды в коммуникации: взаимодействие и противоречия»;  
«Роль коммуникативных кодов в формировании смысла сообщения»;  
«Функции коммуникации и их реализация в цифровой среде».

##### **«Препятствия и этические аспекты в коммуникации»:**

«Коммуникативные барьеры и способы их преодоления в межкультурном общении»;  
«Этические дилеммы в современной коммуникации: правда vs. манипуляция»;  
«Психологические барьеры в общении и методы их устранения»;  
«Этика делового общения: нормы и правила»;  
«Влияние стереотипов на коммуникацию и пути их преодоления с этической точки зрения».

##### **«Межличностная и групповая коммуникация»:**

«Особенности межличностной коммуникации: от слов к невербальным сигналам»;  
«Групповая динамика и коммуникативные роли в команде»;  
«Влияние лидерства на коммуникацию в группе»;  
«Механизмы формирования доверия в межличностном общении»;  
«Конфликты в групповой коммуникации и способы их разрешения».

##### **«Массовая и организационная коммуникация»:**

«Инструменты массовой коммуникации в эпоху цифровых технологий»;  
«Роль СМИ в формировании общественного мнения: примеры из современной практики»;

«Организационная коммуникация: как выстроить эффективную систему внутренних коммуникаций»;  
«Формальные и неформальные каналы коммуникации в организации»;  
«Влияние массовой коммуникации на культурные ценности общества».

**«Межкультурная и цифровая коммуникация»:**

«Особенности межкультурного общения в международном бизнесе»;  
«Цифровая коммуникация: новые правила этикета и самопрезентации»;  
«Культурные коды в цифровой коммуникации: вызовы и решения»;  
«Влияние социальных сетей на межкультурную коммуникацию»;  
«Языковые барьеры в цифровой коммуникации и способы их преодоления».

**2 семестр**

**«Публичная и деловая коммуникация»:**

«Ораторское мастерство: ключевые приёмы эффективного публичного выступления»;  
«Деловая коммуникация: стратегии ведения переговоров»;  
«Особенности деловой переписки: правила и примеры»;  
«Публичные выступления как инструмент влияния: анализ кейсов»;  
«Этика и этикет в деловой коммуникации: границы допустимого».

**«Анализ и проектирование коммуникационных кампаний»:**

«Этапы разработки коммуникационной кампании: от анализа аудитории до оценки результатов»;  
«Методы анализа целевой аудитории в коммуникационных кампаниях»;  
«Проектирование коммуникационной кампании для продвижения бренда»;  
«Использование Big Data в анализе коммуникационных процессов»;  
«Оценка эффективности коммуникационных кампаний: метрики и инструменты».

**«Письменная и визуальная коммуникации»:**

«Роль визуальных элементов в письменной коммуникации: инфографика, схемы, диаграммы»;  
«Особенности деловой переписки: структура, стиль, этика»;  
«Визуальная коммуникация в рекламе: как привлечь внимание потребителя»;  
«Дизайн как средство коммуникации: примеры из практики»;  
«Сравнительный анализ эффективности письменной и визуальной коммуникации».

**«Медиаканалы и технические средства»:**

«Эволюция медиаканалов: от печатных изданий до стриминговых сервисов»;  
«Технические средства коммуникации в эпоху цифровизации: тренды и инновации»;  
«Роль социальных сетей как медиаканала в современном обществе»;  
«Технологии видеосвязи: возможности и ограничения в бизнес-коммуникации»;  
«Медиаканалы и их влияние на формирование общественного мнения».

**«Символические системы и интегрированные каналы»:**

«Символика в брендинге: как логотипы и цвета формируют имидж компании»;  
«Интегрированные коммуникационные каналы: синергия традиционных и цифровых медиа»;  
«Семиотика бренда: анализ знаковых систем в рекламе»;  
«Мультимедийные коммуникации: как сочетать текст, звук и изображение»;  
«Оmnikanальный подход в маркетинге: примеры успешных кейсов».

**«Управление рисками и коммуникации в PR»:**

«Кризисные коммуникации: стратегии минимизации репутационных рисков»;

«Роль PR в управлении коммуникационными рисками компании»;  
«Коммуникационные стратегии в период кризисов: анализ кейсов»;  
«PR-кампании как инструмент формирования положительного имиджа»;  
«Этика PR-коммуникаций: границы допустимых методов».

**«Переговорные технологии и коммуникации»:**

«Стратегии ведения переговоров: от подготовки до заключения сделки»;  
«Техники аргументации в переговорах: как убедить собеседника»;  
«Коммуникативные приёмы в разрешении конфликтов»;  
«Роль невербальной коммуникации в переговорах»;  
«Кросскультурные аспекты переговорных технологий».

**«Медиаграмотность и будущее коммуникационных технологий»:**

«Медиаграмотность как навык XXI века: что нужно знать для критического восприятия информации»;  
«Фейки и дезинформация: как распознавать и противостоять»;  
«Будущее коммуникационных технологий: VR, AR и их роль в общении»;  
«Этические и правовые аспекты цифровых коммуникаций»;  
«Развитие медиаграмотности у детей и подростков: методы и инструменты».

**6.1.2. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся**

**Раздел 1. Теоретические основы коммуникации**

1. Что **не** относится к базовым функциям коммуникации?
  - а) информационная;
  - б) регулятивная;
  - в) экспрессивная;
  - г) экономическая.
2. Какая модель коммуникации включает обратную связь?
  - а) линейная (Шеннона-Уивера);
  - б) циркулярная;
  - в) однонаправленная;
  - г) модель Лассуэлла без обратной связи.
3. Что такое «коммуникативный код»?
  - а) набор технических параметров передачи сигнала;
  - б) система знаков и правил их использования для передачи смысла;
  - в) шифр для секретной переписки;
  - г) алгоритм работы коммуникационного ПО.
4. Какой из перечисленных факторов **не** является коммуникативным барьером?
  - а) языковой;
  - б) психологический;
  - в) семантический;
  - г) технологический прогресс.
5. Что лежит в основе этических норм коммуникации?
  - а) принцип максимальной эффективности;
  - б) уважение к личности и правдивость;
  - в) стремление к манипуляции;
  - г) приоритет собственных интересов.

*Критерии оценки:*

- 5 правильных ответов — «отлично»;
- 4 — «хорошо»;
- 3 — «удовлетворительно»;
- менее 3 — «неудовлетворительно».

## Раздел 2. Виды и уровни коммуникации

1. Для какой коммуникации характерна передача информации большому анонимному коллективу?
  - а) межличностная;
  - б) групповая;
  - в) массовая;
  - г) организационная.
2. Что отличает групповую коммуникацию от межличностной?
  - а) наличие более двух участников и ролевая структура;
  - б) использование невербальных средств;
  - в) отсутствие обратной связи;
  - г) формальный характер.
3. Какой аспект особенно важен в межкультурной коммуникации?
  - а) знание иностранных языков;
  - б) учёт культурных норм и контекстов;
  - в) использование технологий перевода;
  - г) скорость обмена сообщениями.
4. Что является ключевым признаком цифровой коммуникации?
  - а) обязательное наличие письменного текста;
  - б) опосредованность технологиями и возможность асинхронности;
  - в) устный характер взаимодействия;
  - г) отсутствие невербальных сигналов.
5. Какая коммуникация направлена на достижение договорённостей и решений?
  - а) публичная;
  - б) деловая;
  - в) массовая;
  - г) ритуальная.

*Критерии оценки:* аналогичны разделу 1.

---

## Раздел 3. Средства и каналы коммуникации

1. Что относится к невербальным средствам коммуникации?
  - а) речь и текст;
  - б) жесты, мимика, интонация;
  - в) электронные письма;
  - г) символы программирования.
2. Какой канал коммуникации предполагает использование изображений и цвета?
  - а) вербальный;
  - б) визуальный;
  - в) аудиальный;
  - г) тактильный.
3. Что такое «интегрированный коммуникационный канал»?
  - а) единственный способ передачи сообщения;
  - б) сочетание разных каналов (текст, видео, соцсети) для единого сообщения;
  - в) закрытая корпоративная сеть;
  - г) канал без обратной связи.
4. Какое средство относится к техническим каналам коммуникации?
  - а) язык жестов;
  - б) видеоконференция;
  - в) рукописное письмо;
  - г) устный рассказ.
5. Что такое «символическая система» в коммуникации?
  - а) набор математических формул;
  - б) совокупность знаков и значений, несущих культурный смысл (логотипы, цвета);

- в) компьютерная кодировка;
- г) система дорожных знаков.

*Критерии оценки:* аналогичны разделу 1.

---

#### **Раздел 4. Прикладные аспекты коммуникации**

1. Что включает этап «анализа целевой аудитории» в коммуникационной кампании?
  - а) выбор цвета логотипа;
  - б) изучение потребностей, ценностей и каналов потребления информации;
  - в) составление пресс-релиза;
  - г) подбор технических средств трансляции.
2. Что такое «кризисная коммуникация»?
  - а) общение в условиях природного катаклизма;
  - б) стратегия информирования и управления репутацией в период кризиса;
  - в) коммуникация с кризисными личностями;
  - г) отказ от комментариев.
3. Какая техника помогает убедить собеседника в переговорах?
  - а) давление и угрозы;
  - б) аргументация, примеры, эмпатия;
  - в) молчание;
  - г) смена темы.
4. Что означает «медиаграмотность»?
  - а) умение пользоваться соцсетями;
  - б) способность критически оценивать информацию, распознавать фейки;
  - в) знание всех медиаканалов;
  - г) навык создания видеоконтента.
5. Какой тренд характеризует будущее коммуникационных технологий?
  - а) возврат к бумажным письмам;
  - б) развитие ИИ, VR/AR, персонализация контента;
  - в) отказ от цифровых каналов;
  - г) унификация всех сообщений.

*Критерии оценки:* аналогичны разделу 1.

---

#### **Промежуточный контроль (итоговый тест)**

1. Что является **обязательным** компонентом коммуникативного акта?
  - а) наличие трёх и более участников;
  - б) письменный текст;
  - в) коммуникатор, реципиент, сообщение, канал;
  - г) обратная связь в реальном времени.
2. Какая модель **не** предполагает обратную связь?
  - а) циркулярная;
  - б) транзакционная;
  - в) линейная (Шеннона-Уивера);
  - г) диалогическая.
3. Что такое «семантический барьер»?
  - а) непонимание значений слов и терминов;
  - б) шум в канале передачи;
  - в) технические неполадки;
  - г) нежелание слушать.
4. Какой вид коммуникации предполагает взаимодействие в рамках иерархии?
  - а) межличностная;
  - б) массовая;
  - в) организационная;
  - г) цифровая.

5. Что отличает невербальную коммуникацию от вербальной?
  - а) использование слов;
  - б) передача смысла через жесты, мимику, паузы;
  - в) письменная фиксация;
  - г) обязательная обратная связь.
6. Что такое «омниканальный подход» в коммуникации?
  - а) использование одного канала для всех сообщений;
  - б) интеграция разных каналов для бесшовного взаимодействия с аудиторией;
  - в) отказ от цифровых технологий;
  - г) коммуникация только офлайн.
7. Какой этап **не** входит в проектирование коммуникационной кампании?
  - а) анализ аудитории;
  - б) выбор каналов;
  - в) разработка сообщения;
  - г) игнорирование обратной связи.
8. Что является целью «ритуальной коммуникации»?
  - а) передача новой информации;
  - б) поддержание традиций и социальных норм;
  - в) убеждение в чём-либо;
  - г) разрешение конфликта.
9. Что такое «информационная перегрузка»?
  - а) недостаток информации;
  - б) избыток данных, затрудняющий восприятие и принятие решений;
  - в) отсутствие каналов передачи;
  - г) технические сбои.
10. Какой принцип **не** относится к этике коммуникации?
  - а) правдивость;
  - б) уважение к собеседнику;
  - в) манипуляция для достижения цели;
  - г) прозрачность намерений.

### **6.1.3. Вопросы для подготовки к контрольным мероприятиям (текущий контроль)**

#### **1. Понятие коммуникации и эволюция её изучения:**

- Что понимается под термином «коммуникация» в социально-гуманитарном знании?
- Как эволюционировало понимание коммуникации от античности до наших дней?
- Какие ключевые научные школы внесли вклад в формирование теории коммуникации?
- В чём отличие ранних концепций коммуникации (например, риторики Аристотеля) от современных?
- Как происхождение слова «коммуникация» (от лат. communico) отражает суть этого понятия?

#### **2. Модели и структура коммуникативного акта:**

- В чём разница между линейной (Шеннона — Уивера) и циркулярной моделями коммуникации?
- Какие основные элементы включает структура коммуникативного акта?
- Какую роль играет обратная связь в структуре коммуникативного акта?
- Как происходит процесс кодирования и декодирования информации в коммуникативном акте?
- Какие типы шумов могут искажать коммуникативный акт и как с ними бороться?

#### **3. Функции и коды коммуникации:**

- Перечислите основные функции коммуникации (информационная, регулятивная, экспрессивная и др.) и приведите примеры каждой.
- Что такое «коммуникативный код»?
- В чём отличие вербальных и невербальных кодов коммуникации?
- Как семиотика помогает анализировать коды коммуникации?
- Приведите 2–3 примера использования символических (культурных) кодов в коммуникации.

#### **4. Препятствия и этические аспекты в коммуникации:**

- Какие основные барьеры (препятствия) могут возникать в процессе коммуникации?
- Как культурные различия могут стать препятствием для эффективной коммуникации?
- Какие этические дилеммы возникают в современной коммуникации (например, в СМИ, соцсетях)?
- Каковы основные этические принципы деловой коммуникации?
- Как можно преодолеть психологические барьеры в общении?

#### **5. Межличностная и групповая коммуникация:**

- Чем отличается межличностная коммуникация от групповой?
- Какие коммуникативные роли могут быть в группе?
- Как лидерство влияет на коммуникацию в группе?
- Какие стратегии помогают предотвратить конфликты в групповой коммуникации?
- Какие приёмы активного слушания способствуют эффективной межличностной коммуникации?

#### **6. Массовая и организационная коммуникация:**

- Что отличает массовую коммуникацию от других видов?
- Какие каналы используются в массовой коммуникации в XXI веке?
- Что такое организационная коммуникация и какие её виды существуют?
- Как выстроить эффективную систему внутренних коммуникаций в организации?
- Какие инструменты помогают улучшить организационную коммуникацию (приведите 3–5 примеров)?

#### **7. Межкультурная и цифровая коммуникация:**

- В чём особенности межкультурного общения в международном бизнесе?
- Какие культурные коды могут вызвать недопонимание в межкультурной коммуникации?
- Как социальные сети изменили цифровую коммуникацию?
- Какие языковые барьеры существуют в цифровой коммуникации и как их преодолеть?
- Какие этические вопросы возникают в цифровой коммуникации (например, конфиденциальность, фейки)?

#### **8. Публичная и деловая коммуникация:**

- Какие ключевые приёмы используются в публичных выступлениях?
- Чем отличается деловая коммуникация от повседневной?
- Какие правила этикета необходимо соблюдать в деловой переписке?
- Какие стратегии ведения переговоров считаются наиболее эффективными?
- Как подготовить успешную презентацию для бизнес-аудитории?

#### **9. Анализ и проектирование коммуникационных кампаний:**

- Из каких этапов состоит проектирование коммуникационной кампании?
- Как проводится анализ целевой аудитории в коммуникационных кампаниях?
- Какие метрики используются для оценки эффективности коммуникационных кампаний?
- Как выбрать каналы коммуникации для кампании, ориентированной на молодёжь?
- Приведите пример успешной коммуникационной кампании (с указанием целей и результатов).

#### **10. Письменная и визуальная коммуникация:**

- Какие принципы построения текста используются в письменной коммуникации?

- В чём преимущества визуальной коммуникации по сравнению с текстовой?
- Какие приёмы сторителлинга применяются в визуальной коммуникации?
- Как дизайн влияет на восприятие информации (приведите 2–3 примера)?
- Какие правила оформления делового письма вы знаете?

#### **11. Медиаканалы и технические средства:**

- Перечислите основные медиаканалы, используемые в современной коммуникации.
- Как эволюционировали технические средства коммуникации от древности до наших дней?
- Какие технические средства используются для видеоконференций?
- Как выбор медиаканала влияет на эффективность коммуникации?
- Какие новые технологии (например, VR, AR) могут изменить медиапространство в ближайшие 5 лет?

#### **12. Символические системы и интегрированные каналы:**

- Что такое символическая система в коммуникации? Приведите 2–3 примера.
- Как логотипы и фирменные цвета формируют имидж компании?
- В чём суть омниканального подхода в маркетинге?
- Как интегрируются традиционные и цифровые медиа в современных коммуникационных стратегиях?
- Приведите пример успешного использования интегрированных каналов в рекламной кампании.

#### **13. Управление рисками и коммуникации в PR:**

- Что такое кризисная коммуникация и какие задачи она решает?
- Какие стратегии минимизации репутационных рисков существуют?
- Как PR-специалисты работают с негативными отзывами в соцсетях?
- Какие этапы включает антикризисная коммуникационная кампания?
- Как мониторинг медиапространства помогает управлять коммуникационными рисками?

#### **14. Переговорные технологии и коммуникации в управлении:**

- Какие техники аргументации наиболее эффективны в переговорах?
- В чём особенность кросскультурных переговоров?
- Как невербальная коммуникация влияет на исход переговоров?
- Какие приёмы фасилитации используются для повышения эффективности совещаний?
- Как правильно формулировать запросы и предложения в управленческих коммуникациях?

#### **15. Медиаграмотность и будущее коммуникационных технологий:**

- Что включает понятие «медиаграмотность»?
- Почему развитие медиаграмотности важно в эпоху информационных потоков?
- Какие навыки необходимы для критического восприятия информации?
- Как распознавать фейки и дезинформацию в медиапространстве?
- Какие коммуникационные технологии (например, ИИ, метавселенные) могут стать ключевыми в ближайшие 10 лет?

### **6.1.4. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию**

#### **Зачет (1 семестр)**

1. Многозначность термина «коммуникация» (социальное, техническое, биологическое значения).
2. Коммуникация как социальный процесс: функции и роль в обществе.
3. Отличие коммуникации от общения: семантические и функциональные различия.
4. Античные и средневековые представления о коммуникации.



5. Становление научной теории коммуникации в XX веке.
6. Современные направления исследований в теории коммуникации.
7. Линейные модели (Шеннона-Уивера, Лассуэлла).
8. Циркулярные модели с обратной связью.
9. Трансакционные и сетевые модели коммуникации.
10. Компоненты коммуникативного процесса (коммуникатор, реципиент, сообщение, канал).
11. Этапы передачи и восприятия информации.
12. Роль контекста и обратной связи в коммуникации.
13. Информационная и регулятивная функции.
14. Экспрессивная и социальная функции.
15. Интегративная и дезинтегративная функции.
16. Семиотика коммуникации: знаки, символы, значения.
17. Вербальные и невербальные коды.
18. Паралингвистические средства коммуникации.
19. Языковые и семантические барьеры.
20. Психологические и культурные барьеры.
21. Технологические помехи и шумы.
22. Принципы этичной коммуникации.
23. Проблема манипуляции и пропаганды.
24. Профессиональная этика в коммуникативных профессиях.
25. Характеристики межличностной коммуникации.
26. Механизмы взаимопонимания в диалоге.
27. Эффекты межличностного восприятия.
28. Структура и динамика групповых коммуникаций.
29. Роли участников в групповой коммуникации.
30. Принятие решений в групповых коммуникациях.
31. Особенности массовой коммуникации.
32. Роль СМИ в массовой коммуникации.
33. Эффекты массовой коммуникации.
34. Вертикальная и горизонтальная коммуникация в организациях.
35. Формальные и неформальные каналы коммуникации.
36. Коммуникационные сети в организациях.
37. Культурные различия в коммуникативных практиках.
38. Языковые и невербальные особенности межкультурного общения.
39. Стратегии преодоления межкультурных барьеров.
40. Особенности онлайн-коммуникации.
41. Социальные сети как коммуникационная среда.
42. Цифровая идентичность и самопрезентация.
43. Принципы публичного выступления.
44. Ораторское мастерство и аргументация.
45. Визуальная поддержка публичного выступления.
46. Специфика делового общения.
47. Переговоры и деловая переписка.
48. Этикет деловой коммуникации.

## Экзамен (2 семестр)

1. Язык как средство коммуникации.
2. Речевые стратегии и тактики.
3. Риторика и стилистика коммуникации.
4. Кинесика: жесты, мимика, позы.
5. Проксемика: пространственная организация общения.
6. Такесика и паралингвистика.
7. Особенности письменной коммуникации.
8. Стили и жанры письменных текстов.
9. Правила деловой переписки.
10. Визуальные образы как средство коммуникации.
11. Инфографика и визуализация данных.
12. Дизайн как коммуникационный инструмент.
13. Традиционные медиа (печать, ТВ, радио).
14. Цифровые медиа и интернет-платформы.
15. Новые медиа и их особенности.
16. Телефония и видеосвязь.
17. Системы конференц-связи.
18. Мессенджеры и платформы для онлайн-коммуникации.
19. Искусственные языки и коды.
20. Символы и логотипы в коммуникации.
21. Семиотика бренда.
22. Мультимедийные коммуникации.
23. Кросс-медийные стратегии.
24. Омниканальный подход в коммуникации.
25. Методы исследования коммуникации.
26. Мониторинг коммуникационных процессов.
27. Оценка эффективности коммуникации.
28. Этапы разработки коммуникационной кампании.
29. Целеполагание и сегментация аудитории.
30. Выбор каналов и инструментов коммуникации.
31. Идентификация коммуникационных рисков.
32. Профилактика коммуникационных конфликтов.
33. Кризисные коммуникации.
34. PR-коммуникации: цели и инструменты.
35. Рекламные коммуникации и их специфика.
36. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
37. Стратегии и тактики переговоров.
38. Техники аргументации и контраргументации.
39. Разрешение конфликтов в переговорах.
40. Коммуникации в лидерстве.
41. Мотивационные коммуникации.
42. Обратная связь в управленческой коммуникации.

43. Навыки критического восприятия информации.
44. Распознавание манипуляций и фейков.
45. Информационная гигиена.
46. Тенденции цифровизации коммуникационных процессов (искусственный интеллект, Big Data, алгоритмы персонализации).
47. Новые форматы взаимодействия: метавселенные, VR/AR-коммуникации, чат-боты.
48. Этические и правовые вызовы цифровых коммуникаций (приватность, кибербезопасность, цифровое неравенство).

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

### 1 семестр

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине может применяться **балльно-рейтинговая/традиционная** система контроля и оценки успеваемости студентов<sup>1</sup>.

В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

*Например, допустим следующий вариант:*

Таблица 7

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой	Зачет
85-100	Отлично	зачет
70-84	Хорошо	
60-69	Удовлетворительно	
0-59	Неудовлетворительно	незачет

При использовании традиционной системы контроля и оценки успеваемости студентов должны быть представлены критерии выставления оценок по четырехбалльной системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» либо «зачет», «незачет».

<sup>1</sup> Решение о виде системы контроля принимается на кафедре, закрепленной за данной дисциплиной.

## 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. <b>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – высокий.</b>
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. <b>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний).</b>
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. <b>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.</b>
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. <b>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</b>

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 7.1 Основная литература

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560775>
2. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559816>

### 7.2 Дополнительная литература

1. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560945>
2. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 428 с. — (Высшее образование)

образование). — ISBN 978-5-534-19592-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560040>

3. Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 254 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17178-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560759>

### **7.3 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям**

1. Тарасов, М. И. Теория текста и дискурса. Дискурс РАСсуждения : учебник и практикум для вузов / М. И. Тарасов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 284 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14559-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567802>

2. Ратников, В. П. Деловые коммуникации : учебник для вузов / В. П. Ратников ; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 450 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18744-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560029>

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

<http://www.mcsx.ru> – Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ.

<http://www.agro.ru> – Агропортал «Сельское хозяйство в России и за рубежом»

<http://www.agronomy.ru> – Портал о сельском хозяйстве в России. <http://www.aris.ru> – Аграрная российская информационная система. <http://www.agronews.ru> – Новости сельского хозяйства России.

### **9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

#### **1. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций;
- использование текстового редактора Microsoft Word;
- использование табличного редактора Microsoft Excel;
- использование текстового редактора NoteBook (Блокнот);
- организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты и электронного портала.

#### **2. Перечень программного обеспечения**

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Табличный редактор Microsoft Excel;
3. Редактор презентаций Microsoft PowerPoint;
4. Текстовый редактор NoteBook (Блокнот);
5. Браузеры: Google Chrome, Internet Explorer, Yandex, Mozilla Firefox, Safari, Opera.

## 10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходимы аудитории: лекционные, для проведения практических и семинарских занятий, для самостоятельной работы студентов.

Для чтения лекций и демонстрации иллюстративного материала и видеофильмов на практических занятиях необходима лекционная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием: компьютер, видеопроектор, настенный экран.

Таблица 10

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2
№1 ауд.508 учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа	1. Парты 12 шт. 2. Лавки 12 шт. 3. Доска белая 1 шт.
№ 6, 250 аудитория 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	1. Парты 18 шт. 2. Стулья 24 шт. 3. Скамейки 10 шт. 4. Доска маркерная 1 шт. 5. Системный блок 1 шт. (ин. № 55877/26) 6. Монитор 1 шт. (ин. № 55877/26) 7. Мультимедийный проектор 1 шт. (ин. № 558359/1) 8. Доска белая 1 шт. (ин. № 558762/2)
Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова	Читальные залы библиотеки
Общежитие №7	Комната для самоподготовки

Для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине необходимы аудитории, оснащённые мультимедиа аппаратурой (компьютер, проектор), т.к. большинство занятий проводятся с демонстрацией презентационного и видеоматериала на мультимедийный экран.

## 11. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины

Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся).

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ, в том числе отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Приступая к изучению дисциплины «Основы теории коммуникации» студент должен быть нацелен на углублённое знание материала.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью данная дисциплина включена в обязательную часть общепрофессионального отраслевого модуля, формируемую участниками образовательных отношений. Поэтому студент, изучая данную дисциплину должен сформировать универсальные компетенции. Такая направленность формирования компетенций требует от студента овладения знаниями, умениями, навыками глубокого, системного анализа теории логики и теории аргументации.

Общая трудоёмкость изучения дисциплины составляет часов, из них **100,65** часа отводится на аудиторные занятия. Студенты должны ответственно отнестись к самостоятельной работе по изучению дисциплины. Самостоятельная работа не должна сводиться только к выполнению заданий преподавателя (подготовке домашней работы, материалов к текущему и промежуточному контролю). Она должна вестись инициативно и носить характер творческой учебно-исследовательской работы студента (самостоятельное изучение и конспектирование материалов учебников и учебных пособий, активная работа с источниками, размещёнными в сети интернет; сбор, обработка и анализ статистических материалов и т.д.).

### **Виды и формы отработки пропущенных занятий**

Студент, пропустивший занятия обязан самостоятельно отработать пропущенные темы или вопросы лекции или практического занятия и отчитаться лектору или руководителю практических занятий. Формы отработки пропущенных занятий по дисциплине «Основы теории коммуникации» - опрос и решение задач.

Виды и формы отработки могут быть согласованы с преподавателем или выбраны самостоятельно (краткий конспект соответствующих тем (глав) учебника или учебного пособия; подготовка реферата и его защита; беседа с преподавателем или выполнение тестовых заданий и т.д.).

Студент, пропустивший занятия и не отчитавшийся по ним, может быть не допущен к сдаче промежуточного контроля « ».

## **12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине**

При организации учебного процесса по изучению дисциплины «Основы теории коммуникации» необходимо учитывать принципиальную особенность концепции ФГОС ВО - их компетентностную ориентацию. Компетентностный подход - подход, нацеленный на результат образования, где в качестве результата рассматривается не столько сумма усвоенной информации, а способность человека принимать решения в различных ситуациях и нести за них ответственность. Это предопределяет необходимость перестройки содержания и технологий обучения, обеспечивающих достижение ожидаемых результатов, совершенствование средств и процедур оценки этих результатов, а также индивидуальных оценочных средств для студентов.

Реализация компетентного подхода при реализации макроэкономической науки должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (чтение проблемных лекций, широкое использование дискуссий, круглых столов, разбор конкретных ситуаций и т.д. на практических занятиях).

Лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у студентов ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Рекомендуется использовать различные типы лекций: вводная, мотивационная (возбуждающая интерес к осваиваемой дисциплине); подготовительная (готовящая студента к более сложному материалу, или нацеливающая его к более углубленному рассмотрению материала на семинаре и различных активных формах проведения занятий); установочная (направляющая студентов к источникам информации для дальнейшей самостоятельной работы), интегрирующая (дающая общий теоретический анализ предмета) и др. Данная рабочая программа обеспечивает четкую координацию и согласованность различных видов учебной работы, которые имеют разный удельный вес в общем объеме учебной нагрузки. Новые подходы к руководству и контролю за самостоятельной работы. Это особенно важно в связи с повышением объема и значимости самостоятельной работы студентов и увеличением доли занятий, проводимых в интерактивной форме. Следует также учитывать изменение соотношения между количеством часов, выделяемых на лекции и практические занятия.

Практическое занятие проводится по узловым и наиболее сложным вопросам учебной программы. Оно может быть построено как на материале лекций, так и без чтения предварительной лекции. Главная и определяющая особенность любого практического занятия, любых форм его проведения – наличие элементов дискуссии, проблемности, диалога между преподавателем и студентами и самими студентами.

При разработке рабочей программы дисциплины сформированы различные варианты тематических планов лекций, практических занятий и форм их проведения. При этом обеспечивается координация, согласованность этих видов занятий, разграничение рассматриваемых на них вопросов. Некоторые вопросы по усмотрению авторов рабочей программы в зависимости от методического и кадрового обеспечения учебного процесса сгруппированы в укрупненные темы, использованы для формулировки тем деловых игр, дискуссий и других интерактивных форм занятий. Тематика может корректироваться, уточняться.

Руководство и контроль за самостоятельной работой предполагает необходимость разработки методических рекомендаций и заданий. Задания для самостоятельной работы составляются, как правило, по темам и вопросам, по ко



торым не предусмотрены аудиторные занятия, либо требуется дополнительно проработать и проанализировать рассматриваемый преподавателем материал в объеме запланированных часов.

Задание необходимо оформить с указанием конкретного вида самостоятельной работы:

- ✓ конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
- ✓ проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов к практическим занятиям, к участию в тематических дискуссиях, деловых, ролевых играх, тренингах, компьютерных симуляциях;
- ✓ работа с нормативными документами и законодательной базой;
- ✓ поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка обобщающих обзоров по литературе;
- ✓ выполнение контрольных работ, творческих (проектных) заданий;
- ✓ решение задач, выполнение упражнений;
- ✓ написание рефератов (эссе);
- ✓ подготовка научных докладов, текстов выступлений на конференции, публикаций в студенческих сборниках;
- ✓ работа с тестами и вопросами для самопроверки;
- ✓ моделирование и/или анализ конкретных проблемных ситуаций;
- ✓ обработка статистических данных, нормативных материалов;
- ✓ анализ статистических и фактических материалов, составление выводов на основе проведенного анализа и т.д.

Пакет заданий для самостоятельной работы рекомендуется выдавать на каждом практическом занятии, определив предельные сроки их выполнения и сдачи. Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента. При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ и т.д.

При проведении текущей и промежуточной аттестации студентов используется традиционная система оценки знаний. При проведении текущей и промежуточной аттестации важно учесть все виды работ, оценить уровень знаний студентов по всем разделам и темам учебной дисциплины.

**Программу разработал (и):**

Муравьева М.В., докт.экон.наук, проф.



(подпись)

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на рабочую программу дисциплины «Основы теории коммуникации»**  
**ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,**  
**направленность «Реклама и медиакоммуникации»**  
**(квалификация выпускника –бакалавров)**

Келеметов Э.М., доцент, кафедра политической экономики и мировой экономики РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева, канд.экон.наук, доц. (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Основы теории коммуникации» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Основы теории коммуникации» (бакалавриат ) разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма (разработчик – Муравьева М.В., докт.экон.наук, проф.).

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

1.Предъявленная рабочая программа дисциплины «Основы теории коммуникации» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к обязательной части учебного цикла – Б1.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Основы теории коммуникации» закреплены **компетенции: УК-3.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.2**. Дисциплина «Основы теории коммуникации» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

5. Общая трудоёмкость дисциплины «Основы теории коммуникации» составляет 7 зачётных единицы ( часов).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Основы теории коммуникации» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама

и связи с общественностью и возможность дублирования в содержании отсутствует.

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

8. Программа дисциплины «Основы теории коммуникации» предполагает 17 занятий в интерактивной форме.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

10. Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, диспутах, участие в тестировании, решение заданий контрольной работы), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

11. Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме , что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины обязательную часть части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

13. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источник (базовый учебник), дополнительной литературой – 3\_ наименований, периодическими изданиями – \_2 источников со ссылкой на электронные ресурсы, Интернет-ресурсы – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

14. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины « Основы теории коммуникации» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

15. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Реклама и медиакоммуникации».

### **ОБЩИЕ ВЫВОДЫ**

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Основы теории коммуникации» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Реклама и медиакоммуникации» (квалификация выпускника –

бакалавров), разработанная Муравьева М.В., докт.экон.наук, проф.соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Келеметов Э.М., доцент, кафедра политической экономики и мировой экономики РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева, канд.экон.наук, доц.

(подпись)

« 27 » августа 2025 г.