

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра журналистики**



**УТВЕРЖДАЮ:**

проректор по научно-методической  
и учебной работе

\_\_\_\_\_  
Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности»**

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Направление подготовки:    | 42.03.01 Реклама и связи с<br>общественностью |
| Образовательная программа: | бакалавриат                                   |
| Квалификация:              | академический бакалавр                        |
| Форма обучения:            | очная, заочная                                |

Донецк 2020

**УТВЕРЖДАЮ:**

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

Ст. преподаватель

О.А.Капсамун

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики  
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.

И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией  
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

Н. А. Шокотко

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Дисциплина «Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности» включена в базовую часть профессионального блока ООП. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» при изучении таких дисциплин, как «Теория и практика рекламы и связей с общественностью (Введение в специальность)», «Реклама и PR в системе массовых коммуникаций», «Теория и практика рекламы (Основы рекламоведения)», «Новые медиа и коммуникационные технологии», «Теория и практика связей с общественностью (Связи с общественностью. Организация деятельности рекламных агентств и служб связей с общественностью)», «Теория журналистики», «История рекламы и PR».

Знания, умения и навыки, полученные в результате освоения дисциплины, могут быть использованы в процессе изучения курсов «Теория и практика связей с общественностью (Имиджевые стратегии в PR. Организация PR-мероприятий)», «Технология рекламы и связей с общественностью (Технология рекламы и PR в сфере политики. Технология рекламы и PR в сфере шоу-бизнеса)», «Психология деловых и межличностных коммуникаций», «Риторика».

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

| <i>Характеристика учебной дисциплины</i>                         |  |                        |
|--|--|------------------------|
| Направление подготовки   | 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» |                        |
| Профиль  |  |                        |
| Образовательная программа  | бакалавриат                                  |                        |
| Квалификация   | Академический бакалавр                       |                        |
| Количество содержательных модулей                                | 2 содержательных модуля, 18 тем              |                        |
| Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы | Профессиональный блок, базовая часть         |                        |
| Формы контроля (МК, экзамен, зачет)                              | МК, экзамен                                  |                        |
| Показатели   | очная форма обучения                         | заочная форма обучения |
| Количество зачетных единиц (кредитов)                            | 3,5  |                        |
| Год подготовки   | 2  |                        |
| Семестр  | 3  |                        |
| Количество часов   | 126  | 126                    |
| - лекционных   | 30   | 6                      |
| - практических, семинарских                                      | 30   | 6                      |
| - лабораторных   |  |                        |
| - самостоятельной работы   | 66   | 114                    |
| в т.ч. индивидуальное задание                                    |  |                        |
| Недельное количество часов,                                      | 8,4  |                        |
| в т.ч. аудиторных  | 4  |                        |

## 3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели и задачи

**Цель дисциплины** – освоение базовых принципов различных теорий коммуникации, а также научиться рассматривать и применять их в контексте профессиональной деятельности.

**Задачи:**

- Освоение студентами базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
- Знакомство с основными уровнями социальной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни;
- Акцентирование прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
- Выработка у студентов умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации.

**Требования к результатам освоения дисциплины.** Процесс изучения дисциплины «коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

***а) общекультурных (ОК):***

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

***б) общепрофессиональных (ОПК):***

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы/и связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

***в) профессиональных (ПК):***

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

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

***знать:***

основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру, функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса, виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде.

***уметь:***

вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации, собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.

***владеть:***

методологическим базисом изучаемой дисциплины, определять соотношение теории коммуникации с теорией рекламы и PR, иметь представление о специфике коммуникативных процессов в современном обществе, о свойствах и характеристиках информационного общества; иметь представление о едином методологическом базисе прикладных коммуникативных технологий, о подходах к эмпирическим исследованиям коммуникации и об эффективных приемах и методах профессиональной массово-коммуникативной деятельности.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

| Порядковый номер и тема                                  | Краткое содержание темы  |
|--|--|
| <b>Содержательный модуль 1</b>                           |  |
| <b>Тема 1.</b> Понятие и основные элементы коммуникации. | Объект, предмет и методологический базис теории коммуникации: понятия объекта и предмета науки, комплексность феномена социальной коммуникации и комплексность предметного пространства социальной коммуникации, объект теории коммуникации, соотношение теории коммуникации со смежными научными дисциплинами, соотношение теории коммуникации с теорией журналистики, предмет теории коммуникации, методологические подходы, применяемые в теории коммуникации – процессно-информационный, семиотический. Основные подходы к пониманию сущности коммуникации - философский, психологический, технологический, определения Ч.Кули, К.Шеннона и В.Вивера, К.Черри, С.Стивенса, Х.Лассвелла, В.Шрамма, Дж.Фиске, общее и особенное в определениях коммуникации, простейшая схема коммуникации, обобщенная типология коммуникационного поведения, жесткий и мягкий подход к пониманию сущности коммуникации. Понятие и типология коммуникативного действия. Понятие коммуникативного акта. Типология коммуникативных актов. Социальная коммуникация в ряду смежных категорий: коммуникация, информация, перцепция, интеракция, речевая деятельность. |
| <b>Тема 2.</b> Типология социальной коммуникации.        | Единицы анализа коммуникации. Формы и средства коммуникации. Средства массовой коммуникации. Коммуникативная среда и сферы коммуникации. Понятие институционального дискурса. Бытовой, производственный, политический, религиозный дискурсы: основные характеристики. Виды и типы социальной коммуникации: методологические подходы к построению типологии социальной коммуникации, базисный подход, опирающийся на модель SMCRE, типология по критерию соотношения источника и получателя - межличностная, межгрупповая, организационная, массовая коммуникация, типология по критерию характера канала, по критерию типа сообщения, эффекту и наличию обратной связи, дополнительные типологии социальных коммуникаций. Понятие массовой коммуникации – широкий и узкий подходы. Понятие массы и массового общества – теоретические подходы. Особенности источников, каналов и аудиторий массовой коммуникации. Функции коммуникации в обществе. Невербальная коммуникация: сущность, структура, функции. Проксемика как составной элемент невербальной  |

|  |  |
|--|--|
|  | коммуникации. Кинесика – «словарь» языка тела. Различия в невербальном поведении представителей различных стран. Невербальные приемы общения в средствах массовой информации.  |
| <b>Тема 3.</b><br>Эволюция социальной коммуникации и современное информационно-коммуникативное общество. | Роль коммуникации в животном мире. Коммуникация у высших животных. Специфика социальной коммуникации. Эволюция социальной коммуникации. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Динамика общества и развитие средств коммуникации. Коммуникативные революции. Антропогенез и социальная коммуникация. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Археокультурный и палеокультурный этапы истории становления социальной коммуникации. Мануфактурный, индустриальный и постиндустриальный этапы истории становления социальной коммуникации. Концепция М.Маклюэна. Будущее развития средств коммуникации и будущее общества. Информационно-коммуникативное общество – общая характеристика. Коммуникация и общество: основные теоретические подходы. Понятие и характеристики информационного общества. Теории информационного общества. Подходы Д.Белла, Э.Тоффлера, М.Кастельса. Понятие сетевого общества. Позитивные и негативные характеристики информационного общества. Информационное общество в России. |
| <b>Тема 4.</b><br>Процессно-информационный подход к коммуникации   | Процессно-информационный подход к коммуникации: общая характеристика. Основные процессно-информационные модели коммуникации: подходы Г. Лассвелла, К. Шэннона-У. Вивера, Т. Ньюкомба, Д. Гербнера, Б. Де Флера, Вестли-Маклина, А. Тэна. Шумы в процессных моделях коммуникации. Понятие коммуникативных шумов. Механические и семантические шумы. Коммуникативные шумы в различных моделях коммуникации. Факторы, порождающие коммуникативные шумы. Понятие и структура коммуникативных барьеров.   |
| <b>Тема 5.</b><br>Семиотический подход к коммуникации  | Семиотический подход к коммуникации: общая характеристика. Структурно-лингвистическое и логико-философское направления в семиотике. Понятие знака. Модели функционирования знаков. Концепция де Соссюра. Модели знака Фреге и Огдена – Ричардса. Прагматическая модель Пирса. Типология знаков. Свойства и характеристики знаков и знаковых систем. Семиозис: семантика, синтактика и прагматика. Прагматические подходы Ч. Морриса и П. Грайса. Понятие кода. Типология кодов. Происхождение языка. Классические теории происхождения языка. Концепция Ф.Энгельса о происхождении человека и роли языка и коммуникации в этом процессе. Российская историко-психологическая школа (Л.Выготский, А.Леонтьев, А.Лурия) о возникновении языка. Семиотический анализ массово-коммуникативных явлений.   |
| <b>Тема 6.</b><br>Концепции и модели коммуникации  | Проблемы коммуникации в науке XX-XXI века. «Дискурсивный поворот» в исследовании коммуникации. Коммуникация и язык в механистической (технократической) и деятельностной (интеракционистской) научной парадигме. Информационно-кодовые (Г. Лассуэлл, К. Шеннон-У. Уиверр, Н. Винер) и интер-акционные модели коммуникации (Т. Ньюкомб, Э. Гоффман, Д. Шиффрин).  |
| <b>Тема 7.</b><br>Коммуникация как процесс и   | Коммуникативный процесс: проблемы производства, кодирования, распространения, приема, декодирования и использования информации. Рациональная (волевая, произвольная) и импульсивная  |

|  |  |
|--|--|
| структура  | (спонтанная, произвольная, помимовольная) коммуникация. Коммуникативная деятельность и поведение.  |
| <b>Тема 8.</b><br>Основные элементы коммуникативной структуры. | Источник сообщения (адресант, отправитель, коммуникатор), получатель сообщения (адресат, респондент, аудитория), мотив (цель) взаимодействия, сообщение, канал, код (язык), контекст (коммуникативная ситуация), обратная связь, шум (барьер).   |
| <b>Тема 9.</b><br>Средства коммуникации.                       | Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/ мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоника). Гомогенные и синкретические знаковые системы.  |
| <b>Содержательный модуль 2</b>                                 |  |
| <b>Тема 10.</b> Виды коммуникации по семиотическому основанию. | Невербальная коммуникация, ее сущность и функции. Подсистемы невербальной (вокалика, семиотики: паралингвистика звуковые коды коммуникации), кинесика (кинестические коды, жестовые и мимические языки), окулесика (язык глаз), гаптика (хаптика, такесика, тактильные языки), ольфакция (ольфактика, язык запахов), проксемика (пространственные коды), хронемика (хрономика; временные, темпоральные коды), системология(артефактика, предметные коды, язык вещей), эстетика (цвет, музыка). Сходства и различия вербальных и невербальных кодов. Проблема выделения единиц невербалики. Феномен межкодовой неконгруэнтности(рассогласованности). Концепция о невербальной утечке информации (П. Экманн, У. Фризен). Невербальные маркеры лжи и неискренности. Социальная и национально-культурная специфика невербальной коммуникации. Молчание как феномен коммуникации и культуры. Прагматическая направленность анализа невербальных систем. Вербальная коммуникация. Место естественного (вербального) языка среди других знаковых систем. Дихотомия язык/речь. Единицы языка/речи. Речевое общение как способ коммуникации. Речевой акт и коммуникативный акт. Теория речевых актов. Речевой акт (речевое действие) и речевое поведение. Трехуровневость речевого акта: локуция, иллокуция, перлокуция. Типология речевых актов по их целенаправленности (классический и усложненный варианты). Прямые и косвенные (непрямые) речевые акты. Понятие речевой имплицатуры. Высказывание, текст и дискурс. Креолизованные (поликодовые) тексты. |

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Тема 11.</b> Субъекты коммуникации</p> | <p>Субъекты коммуникации: адресант (говорящий/пишущий, передающая инстанция, генератор информации, продуцент, отправитель) и адресат (слушающий/читающий, принимающая инстанция, «потребитель» информации, воспринимающий, реципиент, получатель, реагент).</p> <p>Адресант, его коммуникативные функции: инициация и идентификация коммуникативного акта. Ошибки идентификации (нерелевантность коммуникативного акта): неуместность (нарушение пространственных условий коммуникации – неуместность места), несвоевременность (нарушение временных условий коммуникации – неуместность во времени), дисбалансированность (нарушение баланса адресации – неуместность адресации), дезориентированность (неуместность информации) коммуникативного акта.</p> <p>Адресат, его коммуникативные функции: активное участие в структурировании коммуникативного акта, воздействие на речевую ситуацию. Типичные коммуникативные стратегии адресата в а) неожиданных коммуникативных актах, б) ожидаемых коммуникативных актах.</p> <p>Аудитория, ее виды. Характеристики массовой и специализированной аудитории как приемника информации. Отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, профессиональной и иной ориентированности аудитории. Целевая аудитория.</p> <p>Понятие интеракции. Проблема понимания и множественности интерпретаций.</p> <p>Коммуникативный акт – минимальная единица взаимодействия субъектов коммуникации (диалогическое единство).</p> <p>Коммуникативная установка, коммуникативное намерение (интенция), коммуникативная цель.</p> <p>Коммуникативная стратегия и тактика, их составляющие.</p> <p>Языковая личность: лингво-психологическая сущность. Модель языковой личности Ю.Н. Караулова: вербально-семантический (лексикон), когнитивный (тезаурус) и мотивационный (прагматикон) уровни. Национально-культурный, социальный и психологический факторы формирования языковой личности.</p> <p>«Портрет» языковой личности: лингво-психологические доминанты. Национальная языковая личность: русская языковая личность.</p> <p>Коммуникативная личность. Модель коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный уровни.</p> <p>Коммуникация и индивидуальные психологические особенности человека. Коммуникабельность, харизматичность, способность к кооперации в речевом поведении как индивидуальные параметры коммуникативной личности. Типы коммуникантов по способности к кооперации в речевом поведении: конфликтный, центрированный, кооперативный. Коммуникативные стили.</p> <p>Языковая и коммуникативная компетенции. Языковые и коммуникативные качества речи как одно из условий оптимального взаимодействия: целесообразность, богатство речи, правильность, точность, чистота, логичность, выразительность, красота, уместность. «Идеальный» коммуникатор: к вопросу о</p> |
|--|---|



|   |   |
|---|---|
|   | национальном риторическом идеале.   |
| <b>Тема 12.</b> Контакт в речевой коммуникации                | Коммуникативный кодекс как система принципов, регулирующих речевое поведение взаимодействующих субъектов в ходе коммуникативного акта. Критерии коммуникативного кодекса: критерий истинности и критерий искренности. Коммуникативный кодекс: принцип кооперации (по Г.П. Грайсу) и принцип вежливости (по Дж. Личу). Принцип кооперации: максима полноты информации, максима качества информации, максима релевантности, максима манеры. Принцип вежливости: максима такта, максима великодушия, максима одобрения, максима скромности, максима согласия, максима симпатии. Виды речевого контакта: акт общения и фактический акт. Речевое взаимодействие на глубинном (продуктивном) и поверхностном (репродуктивном) уровне.   |
| <b>Тема 13.</b> Референт в речевой коммуникации               | Референция – процесс (и результат) соотнесения слова (языка) и мира. Корректная и некорректная (девиантная) референция. Виды некорректной референции (по Е.В. Ключеву): «раздутый» референт, абстрактный референт, по-разному трактуемый референт, неизвестный референт, «чужой» референт, несуществующий референт. Несовпадение референтов говорящего и слушающего как коммуникативная неудача. Выбор и презентация референта. Правила транспорта (размещения и перемещения в структуре коммуникативного акта) референта: правило фокуса, правило стереоскопии, правило панорамы, правило унитарности, правило изоморфизма, правило фиксирования.  |
| <b>Тема 14.</b><br>Уровни коммуникации                        | Уровни коммуникации: внутриличностная (интраперсональная коммуникация, аутокоммуникация), межличностная (интерперсональная коммуникация), групповая, корпоративная (организационная коммуникация), межкультурная, массовая. Интраперсональная коммуникация, ее специфика, функции, формы. Ю.М. Лотман о сущности ауткоммуникации. Межличностная коммуникация, ее сущность (аксиоматика межличностного взаимодействия по П. Вацлавику), структура и функции. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Психологический аспект межличностного взаимодействия. Спектр мотивов межличностного взаимодействия. Взаимность мотивации как основа эффективного межличностного общения. Социальная перцепция. Факторы (индивидуальные психологические особенности, ситуация) и эффекты межличностного восприятия (эффект первого впечатления, проецирование, эффект ореола, стереотипы). |
| <b>Тема 15.</b><br>Психологические механизмы взаимопонимания. | Идентификация, самоидентификация, эмпатия, рефлексия, каузальная атрибуция. Межличностная аттракция. Интеракционный аспект межличностного взаимодействия. Типы взаимодействий: кооперация и конкуренция. Конфликт как особая форма взаимодействия. Деструктивные и конструктивные функции конфликта. Условия конструктивного разрешения конфликта.  |
| <b>Тема 16.</b>   | Понятие малой группы. Разновидности малых групп. Функции  |

|  |   |
|--|---|
| Групповая коммуникация.  | групповой коммуникации. Коммуникативные структуры малой группы. Специфика коммуникации в малой группе. Особенности коммуникации в семье.<br>Массовая коммуникация, ее специфические характеристики, структура и функции. Роль массовой коммуникации в современном обществе в различных социальных ситуациях.  |
| <b>Тема 17.</b><br>Межкультурная коммуникация.                                       | Зависимость коммуникации от культурного контекста. Национально-культурный компонент в структурах коммуникации: информации, кодах, каналах, субъектах.<br>Коммуникативно-психологические конфигурации культур: низкоконтекстные/высококонтекстные, экспрессивные/репрессивные, контактные/неконтактные культуры.<br>Стили вербального и невербального общения в различных культурах. Межкультурная компетенция. Критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации. |
| <b>Тема 18.</b> Динамика языковых и коммуникативных процессов в современном обществе | Коммуникативное пространство современного общества. Приватность и публичность как два полюса коммуникативных практик, их взаимодействие. Проблемы нормализации и гуманизации коммуникативных процессов современности.   |

### Тематический план

| Содержательный модуль 1   |                      |        |              |              |                             |                           |                        |        |              |              |                             |                           |
|---|----------------------|--------|--------------|--------------|-----------------------------|---------------------------|------------------------|--------|--------------|--------------|-----------------------------|---------------------------|
| Названия<br>содержательных модулей<br>и тем   | Количество часов     |        |              |              |                             |                           |                        |        |              |              |                             |                           |
|   | Очная форма обучения |        |              |              |                             |                           | Заочная форма обучения |        |              |              |                             |                           |
|   | всего                | в т.ч. |              |              |                             |                           | всего                  | в т.ч. |              |              |                             |                           |
|   |                      | лекции | практические | лабораторные | самостоятель-<br>ная работа | индивидуальн<br>ая работа |                        | лекции | практические | лабораторные | самостоятель-<br>ная работа | индивидуальн<br>ая работа |
| Тема 1.<br>Понятие и основные<br>элементы коммуникации.   | 8                    | 2      | 2            |              | 4                           |                           | 9                      | 0,5    | 0,5          |              | 8                           |                           |
| Тема 2.<br>Типология социальной<br>коммуникации.  | 7                    | 2      | 2            |              | 2                           |                           | 8                      | 0,5    | 0,5          |              | 7                           |                           |
| Тема 3.<br>Эволюция социальной<br>коммуникации и<br>современное<br>информационно-<br>коммуникативное<br>общество. | 6                    | 1      | 1            |              | 4                           |                           | 7,5                    | 0,5    | 0            |              | 7                           |                           |
| Тема 4. Процессно-<br>информационный подход к<br>коммуникации.  | 7                    | 2      | 2            |              | 3                           |                           | 5,5                    | 0,5    | 0            |              | 5                           |                           |

|  |                             |               |                     |                     |                               |                              |                               |               |                     |                     |                               |                              |
|--|-----------------------------|---------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------------|---------------------|-------------------------------|------------------------------|
| <i>Тема 5.<br/>Семиотический подход к коммуникации</i>             | 7                           | 2             | 2                   |                     | 3                             |                              | 8,5                           | 0             | 0,5                 |                     | 8                             |                              |
| <i>Тема 6.<br/>Концепции и модели коммуникации.</i>                | 6                           | 1             | 1                   |                     | 4                             |                              | 7                             | 0,5           | 0,5                 |                     | 6                             |                              |
| <i>Тема 7. Коммуникация как процесс и структура.</i>               | 5                           | 1             | 1                   |                     | 3                             |                              | 7,5                           | 0             | 0,5                 |                     | 7                             |                              |
| <i>Тема 8.<br/>Основные элементы коммуникативной структуры.</i>    | 9                           | 2             | 2                   |                     | 5                             |                              | 7,5                           | 0             | 0,5                 |                     | 7                             |                              |
| <i>Тема 9.<br/>Средства коммуникации.</i>                          | 7                           | 2             | 2                   |                     | 3                             |                              | 7,5                           | 0             | 0,5                 |                     | 7                             |                              |
| <b>Итого<br/>по содержательному модулю 1</b>                       | 62                          | 15            | 15                  |                     | 32                            |                              | 70                            | 3             | 3                   |                     | 64                            |                              |
| <b>Содержательный модуль 2</b>                                     |                             |               |                     |                     |                               |                              |                               |               |                     |                     |                               |                              |
| <b>Названия<br/>содержательных модулей<br/>и тем</b>               | <b>Количество часов</b>     |               |                     |                     |                               |                              |                               |               |                     |                     |                               |                              |
|  | <b>Очная форма обучения</b> |               |                     |                     |                               |                              | <b>Заочная форма обучения</b> |               |                     |                     |                               |                              |
|  | <b>всего</b>                | <b>в т.ч.</b> |                     |                     |                               |                              | <b>всего</b>                  | <b>в т.ч.</b> |                     |                     |                               |                              |
|  |                             | <b>лекции</b> | <b>практические</b> | <b>лабораторные</b> | <b>самостоятельная работа</b> | <b>индивидуальная работа</b> |                               | <b>лекции</b> | <b>практические</b> | <b>лабораторные</b> | <b>самостоятельная работа</b> | <b>индивидуальная работа</b> |
| <i>Тема 10.<br/>Виды коммуникации по семиотическому основанию.</i> | 8                           | 2             | 2                   |                     | 4                             |                              | 5,5                           | 0             | 0,5                 |                     | 5                             |                              |
| <i>Тема 11.<br/>Субъекты коммуникации</i>                          | 7                           | 2             | 2                   |                     | 3                             |                              | 6,5                           | 0             | 0,5                 |                     | 6                             |                              |
| <i>Тема 12.<br/>Контакт в речевой коммуникации</i>                 | 7                           | 1             | 1                   |                     | 5                             |                              | 5,5                           | 0,5           | 0                   |                     | 5                             |                              |
| <i>Тема 13.<br/>Референт в речевой коммуникации</i>                | 8                           | 2             | 2                   |                     | 4                             |                              | 8                             | 0,5           | 0,5                 |                     | 7                             |                              |
| <i>Тема 14.<br/>Уровни коммуникации</i>                            | 8                           | 2             | 2                   |                     | 4                             |                              | 8                             | 0,5           | 0,5                 |                     | 7                             |                              |
| <i>Тема 15.<br/>Психологические механизмы взаимопонимания.</i>     | 6                           | 1             | 1                   |                     | 4                             |                              | 5,5                           | 0,5           | 0                   |                     | 5                             |                              |
| <i>Тема 16.<br/>Групповая коммуникация</i>                         | 7                           | 2             | 2                   |                     | 3                             |                              | 5,5                           | 0,5           | 0                   |                     | 5                             |                              |
| <i>Тема 17.<br/>Межкультурная</i>                                  | 9                           | 2             | 2                   |                     | 5                             |                              | 5,5                           | 0             | 0,5                 |                     | 5                             |                              |

|  |     |    |    |  |    |  |     |     |     |  |     |  |
|--|-----|----|----|--|----|--|-----|-----|-----|--|-----|--|
| <i>коммуникация</i>  |     |    |    |  |    |  |     |     |     |  |     |  |
| <b>Тема 18. Динамика языковых и коммуникативных процессов в современном обществе</b> | 7   | 2  | 2  |  | 3  |  | 6   | 0,5 | 0,5 |  | 5   |  |
| <b>Итого по содержательному модулю 2</b>   | 64  | 15 | 15 |  | 34 |  | 56  | 3   | 3   |  | 50  |  |
| <b>Итого:</b>  | 126 | 30 | 30 |  | 66 |  | 126 | 6   | 6   |  | 114 |  |

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

### Темы лекционных занятий

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Название темы</b>   | <b>Количество часов</b> |
|------------------|--|-------------------------|
| 1                | Понятие и основные элементы коммуникации.  | 2                       |
| 2                | Типология социальной коммуникации.   | 2                       |
| 3                | Эволюция социальной коммуникации и современное информационно-коммуникативное общество. | 2                       |
| 4                | Эволюция социальной коммуникации и современное информационно-коммуникативное общество. | 2                       |
| 5                | Семиотический подход к коммуникации  | 2                       |
| 6                | Концепции и модели коммуникации.   | 2                       |
| 7                | Коммуникация как процесс и структура.  | 2                       |
| 8                | Основные элементы коммуникативной структуры. Средства коммуникации.                    | 2                       |
| 9                | Виды коммуникации по семиотическому основанию.   | 2                       |
| 10               | Субъекты коммуникации. Контакт в речевой коммуникации.                                 | 2                       |
| 11               | Референт в речевой коммуникации. Уровни коммуникации.                                  | 2                       |
| 12               | Психологические механизмы взаимопонимания.   | 2                       |
| 13               | Групповая коммуникация   | 2                       |
| 14               | Межкультурная коммуникация   | 2                       |
| 15               | Динамика языковых и коммуникативных процессов в современном обществе                   | 2                       |
|                  | <b>ВСЕГО</b>   | <b>30</b>               |

### Темы практических занятий

| <b>№<br/>п/п</b> | <b>Название темы</b>                           | <b>Количество часов</b> |
|------------------|--|-------------------------|
| 1                | Системообразующая роль коммуникаций в обществе | 2                       |

|    |   |           |
|----|---|-----------|
| 2  | Социальная коммуникация, ее базовые составляющие.   | 2         |
| 3  | Виды взаимодействия социальных и коммуникативных факторов (дифференциация, интеграция, интерференция).  | 2         |
| 4  | Базовые и частные функции социальной коммуникации.  | 2         |
| 5  | Развитие способов и средств коммуникации в процессе антропогенеза.  | 2         |
| 6  | Коммуникативные революции (возникновение речи, изобретение письменности, изготовление печатного станка, появление электронных масс-медиа).  | 2         |
| 7  | Концепция коммуникативных технологий Г.М. Маклюэна.   | 2         |
| 8  | Каналы социальной коммуникации. Схема каналов социальной коммуникации в современном обществе. Правило кумуляции коммуникационных каналов.   | 2         |
| 9  | Устная, письменная и электронная коммуникация – проблема соотношения каналов в современном обществе. Формальные и неформальные каналы.  | 2         |
| 10 | Электронная коммуникация как средство управления обществом. Виртуальная реальность как эффект коммуникативных технологий. Концепция информационного общества. Проблема информационной безопасности личности и общества                    | 2         |
| 11 | Семиотика коммуникации. Знаковая природа информации. Предмет семиотики. Ключевые понятия семиотики: знак (дефиниция и строение знака), денотат, референт, сигнификат знака, свойства знака, отношения знаков, знаковая система, семиозис. | 2         |
| 12 | Типы знаков: иконические знаки, индексальные знаки, символические знаки. Языковой знак: соотношение иконичности, индексальности, символичности.   | 2         |
| 13 | Искусственные (культурные) семиотики.   | 2         |
| 14 | Семиотика повседневности: костюм, одежда как знаковая система; язык подарка; язык застолья, язык цветов и т.п.  | 2         |
| 15 | Семиотика поведения (гендерная, возрастная, статусная, ролевая и т.п.).   | 2         |
|    | <b>ВСЕГО</b>  | <b>30</b> |

## 6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

### Организация самостоятельной работы студентов

| <i>№</i> | <i>Название темы</i> | <i>Количество</i> |
|----------|----------------------|-------------------|
|----------|----------------------|-------------------|

| <b>n/n</b> |  | <b>часов</b> |
|------------|--|--------------|
| 1          | Способы трансляции социальной информации.  | 4            |
| 2          | Каналы социальной коммуникации. Схема каналов социальной коммуникации в современном обществе.  | 4            |
| 3          | Правило кумуляции коммуникационных каналов. Устная, письменная и электронная коммуникация – проблема соотношения каналов в современном обществе.   | 3            |
| 4          | Формальные и неформальные каналы. Электронная коммуникация как средство управления обществом. Виртуальная реальность как эффект коммуникативных технологий.  | 3            |
| 5          | Концепция информационного общества. Проблема информационной безопасности личности и общества.  | 4            |
| 6          | Концепции и модели коммуникации. Психологический, психоаналитический подходы (К.Г. Юнг, З. Фрейд, А. Адлер, Ж. Лакан); культурологический (К. Леви-Стросс, М. Бахтин, В. Пропп, Й. Хейзинга, Ж. Бодрийяр, Э. Холл, С. Тинг-Туми); социологический (Б. Малиновский, П. Бурдьё и др.); драматический (Н. Евреинов, П. Ершов) конфликтологический (У. Юри). | 3            |
| 7          | Условия эффективной коммуникации, выявляемые в рамках конкретных моделей.  | 5            |
| 8          | Знаковая сущность вещей. Чтение собеседника (калибровка) по невербальным знакам. Использование «языка доверия» как эффективная техника взаимодействия (техники НЛП, техники «подстройки»).   | 3            |
| 9          | Особенности речевого поведения в индивидуально ориентированном и социально ориентированном общении. Речь как утверждение социального статуса.  | 4            |
| 10         | Социальная и речевая роли. Социально-символическая индикация и регуляция речевого поведения. Культурный аспект социально-символической индикации.  | 3            |
| 11         | Ситуации межличностного взаимодействия. Трудные (стрессовые) ситуации.   | 5            |
| 12         | Стиль: стили деятельности и общения.   | 4            |
| 13         | Теория информационного общества (Д. Белл) и современные интегрированные коммуникации.  | 4            |
| 14         | Теория информационного общества (О. Тоффлер) современные интегрированные коммуникации.   | 4            |
| 15         | Теория мифа Р. Барта и современная реклама.  | 3            |
| 16         | Умберто Эко: семиотический анализ языка телевидения.   | 5            |
| 17         | Подсистемы невербальной семиотики, единицы подсистем.  | 3            |
| 18         | Проксемика: коммуникативное пространство человека, правила проксемного поведения, программирование пространства, культурная символизация пространства.   | 2            |
|            | <b>ВСЕГО</b>   | <b>66</b>    |

## 7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

*Индивидуальные задания по дисциплине «Коммуникативные основы рекламной и PR-*

деятельности» учебным планом не предусмотрены.

## **8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. Методы генерирования творческих идей в группах. Специфика взаимодействия при генерировании рекламной идеи.
2. Сущность и цели PR-коммуникации.
3. Мозговой штурм. Специфика и виды метода.
4. Структура и процесс PR-коммуникации.
5. «Корабельный совет» и «Конференция идей». Сущность методов.
6. Средства PR-коммуникации.
7. Метод фокальных объектов для генерирования рекламной идеи.
8. Содержание рекламной и PR-коммуникации. Общие характеристики и отличия.
9. Оператор РВС. Особенности метода.
10. Модели массовой коммуникации (Аристотеля, Г.Лассуэлла, Ю.Воронцова).
11. Метод гирлянд ассоциаций и метафор. Этапы и принципы его реализации.
12. Модель ИСКП и Теория многоступенчатого потока информации.
13. Метод контрольных вопросов для генерирования рекламных идей.
14. Этапы коммуникационного процесса.
15. Морфологический анализ Ф. Цвикки для генерирования рекламных идей.
16. Роль коммуникации в жизнедеятельности организации.
17. Методика слома стереотипа Жана-Мари Дрю. Особенности реализации метода.
18. Подходы к изучению современной коммуникативистики.
19. Контактные аудитории организации. Их виды и особенности взаимодействия с организацией.
20. Коммуникационный менеджмент: цель и сущность процесса.
21. Особенности работы PR-специалиста с контактными аудиториями.
22. PR в структуре рыночных отношений.
23. Результат PR-коммуникации. Методы оценки ее эффективности.
24. Работа пресс-секретаря: основные задачи и инструменты организации коммуникации.
25. «Коммуникационные изоляты». Их роль в коммуникационном процессе организации, специфика работы с ними.
26. Коммуникационная политика организации и выявление коммуникационных проблем.
27. Отдел по связям с общественностью: структура и функции.
28. Основные функции пресс-группы. Особенности каждой из них.
29. Коммуникационные среды организации.
30. Прицельное структурирование контактной аудитории. Три условия взаимопонимания.
31. Манипулирование сознанием коммуниканта.
32. Контактные аудитории организации по Ф.Котлеру.
33. Манипулирование позитивной информацией.
34. Особенности формирования коммуникационных целей.
35. Стратегии внутриорганизационной коммуникации.
36. Профессиональная этика менеджера PR в разрезе деловых коммуникаций.
37. Основные функции PR. Роль PR в коммуникационных процессах организации.
38. Расширенная модель коммуникации Г. Лассуэлла. Ее применение в реализации PR-проекта.
39. Выбор PR-стратегии. Факторы обуславливающие этапы стратегии.
40. Коммуникационные проблемы организации. Методы работы и нейтрализации коммуникационных проблем.

## 9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

### ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» Факультет филологический

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
 Профиль:  
 Программа подготовки: **бакалавриат**  
 Семестр: **4**  
 Учебная дисциплина: **Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности**

### МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ВАРИАНТ №1

1. Сущность и цели PR-коммуникации.
2. Типы контактных аудиторий по Ф.Котлеру. Приведите пример соответствующих контактных аудиторий для любой организации ДНР.
3. Структура PR-службы. От чего зависит необходимость наличия в организации тех или иных отделов, приведите примеры.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующая кафедрой  
Преподаватель

\_\_\_\_\_  
И.М. Артамонова  
\_\_\_\_\_  
О.А. Капсамун

### Критерии оценивания модульного контроля

| <i>Номер задания</i> | <i>Количество баллов</i> |
|----------------------|--------------------------|
| 1                    | 5                        |
| 2                    | 5                        |
| 3                    | 10                       |
| <b>Всего</b>         | <b>25</b>                |

## 10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

### *Теоретические вопросы к зачету*

1. Методы генерирования творческих идей в группах. Специфика взаимодействия при генерировании рекламной идеи.
2. Сущность и цели PR-коммуникации.
3. Мозговой штурм. Специфика и виды метода.
4. Структура и процесс PR-коммуникации.
5. «Корабельный совет» и «Конференция идей». Сущность методов.
6. Средства PR-коммуникации.
7. Метод фокальных объектов для генерирования рекламной идеи.
8. Содержание рекламной и PR-коммуникации. Общие характеристики и отличия.
9. Оператор РВС. Особенности метода.
10. Модели массовой коммуникации (Аристотеля, Г.Лассуэлла, Ю.Воронцова).



11. Метод гирлянд ассоциаций и метафор. Этапы и принципы его реализации.
12. Модель ИСКП и Теория многоступенчатого потока информации.
13. Метод контрольных вопросов для генерирования рекламных идей.
14. Этапы коммуникационного процесса.
15. Морфологический анализ Ф. Цвикки для генерирования рекламных идей.
16. Роль коммуникации в жизнедеятельности организации.
17. Методика слома стереотипа Жана-Мари Дрю. Особенности реализации метода.
18. Подходы к изучению современной коммуникативистики.
19. Контактные аудитории организации. Их виды и особенности взаимодействия с организацией.
20. Коммуникационный менеджмент: цель и сущность процесса.
21. Особенности работы PR-специалиста с контактными аудиториями.
22. PR в структуре рыночных отношений.
23. Результат PR-коммуникации. Методы оценки ее эффективности.
24. Работа пресс-секретаря: основные задачи и инструменты организации коммуникации.
25. «Коммуникационные изоляты». Их роль в коммуникационном процессе организации, специфика работы с ними.
26. Коммуникационная политика организации и выявление коммуникационных проблем.
27. Отдел по связям с общественностью: структура и функции.
28. Основные функции пресс-группы. Особенности каждой из них.
29. Коммуникационные среды организации.
30. Прицельное структурирование контактной аудитории. Три условия взаимопонимания.
31. Манипулирование сознанием коммуниканта.
32. Контактные аудитории организации по Ф.Котлеру.
33. Манипулирование позитивной информацией.
34. Особенности формирования коммуникационных целей.
35. Стратегии внутриорганизационной коммуникации.
36. Профессиональная этика менеджера PR в разрезе деловых коммуникаций.
37. Основные функции PR. Роль PR в коммуникационных процессах организации.
38. Расширенная модель коммуникации Г. Лассуэла. Ее применение в реализации PR-проекта.
39. Выбор PR-стратегии. Факторы обуславливающие этапы стратегии.
40. Коммуникационные проблемы организации. Методы работы и нейтрализации коммуникационных проблем.

## **11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ**

1. Периферийный путь коммуникативного воздействия включает:
  - а) доверие;
  - б) фокусированное внимание;
  - в) предъявление;
  - г) предвнимание;
  - д) установку.
  
2. Центральный путь коммуникативного воздействия включает:
  - а) предвнимание;
  - б) установку;
  - в) доверие;
  - г) предъявление;
  - д) фокусированное внимание.

3. В деятельности по связям с общественностью применяются:

- а) учитьвание;
- б) смещение;
- в) суггестия;
- г) убеждение.

4. К такому виду воздействия, как убеждение, следует отнести:

- а) аргументацию;
- б) суггестию;
- в) манипуляцию;
- г) обоснование.

5. Такому виду воздействия, как суггестия, предшествует:

- а) учет предпосылок;
- б) учет ситуации;
- в) учет методов воздействия;
- г) учет обоснований.

6. При суггестивном воздействии необходимо учитывать предпосылки:

- а) профессиональные;
- б) социальные;
- в) культурные;
- г) психологические.

## 12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

*Распределение баллов, которые могут получить студенты  
в процессе изучения дисциплины*

| Организационно-<br>учебная работа<br>студента | СРС                   |  |                           | Всего      |
|---|-----------------------|--|---------------------------|------------|
|   | Модульный<br>контроль | Индивидуальная<br>творческая работа            | Самостоятельная<br>работа |            |
| Мах 50 баллов                                 | мах 25<br>баллов      | мах 15 баллов                                  | мах 10<br>баллов          | 100 баллов |
|   |                       | разработка<br>итогового<br>творческого проекта | подготовка<br>реферата    |            |

*Шкала соответствия баллов национальной шкале*

| Оценка<br>по шкале<br>ECTS | Оценка по<br>100-балльной<br>шкале | Оценка по государственной шкале<br>(экзамен, дифференцированный зачет) | Оценка по<br>государственной<br>шкале (зачет) |
|----------------------------|------------------------------------|--|---|
| <b>A</b>                   | 90-100                             | 5 (отлично)  | зачтено                                       |
| <b>B</b>                   | 80-89                              | 4 (хорошо)   | зачтено                                       |
| <b>C</b>                   | 75-79                              | 4 (хорошо)   | зачтено                                       |
| <b>D</b>                   | 70-74                              | 3 (удовлетворительно)  | зачтено                                       |
| <b>E</b>                   | 60-69                              | 3 (удовлетворительно)  | зачтено                                       |
| <b>FX</b>                  | 35-59                              | 2 (неудовлетворительно)<br>с возможностью повторной сдачи              | не зачтено                                    |

|          |      |   |            |
|----------|------|---|------------|
| <b>F</b> | 0-34 | 2 (неудовлетворительно)<br>с возможностью повторной сдачи при условии<br>обязательного набора дополнительных баллов | не зачтено |
|----------|------|---|------------|

### 13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной мультимедийной техникой и доской. Необходимо наличие:

- рабочих мест для студентов в соответствии с их количеством;
- ноутбука, видеопроектора, колонок.

Практические занятия проводятся в компьютерном классе, оборудованном компьютерами с лицензионным программным обеспечением, доступом к сети интернет, столами, доской

Библиотечные фонды.

### 14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

| №<br>п/п                   | Наименование  | Кол-во<br>экземпляров<br>в библиотеке<br>ДонНУ | Наличие<br>электронной<br>версии в<br>ЭБС |
|----------------------------|---|--|---|
| <i>Основная литература</i> |   |  |   |
| 1.                         | Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая кн. менеджера PR. - СПб.: Союз, 2017. - 288 с.  | 1  | +   |
| 2.                         | Кашкин. В. Б. Введение в теорию коммуникации: для студентов высших учебных заведений в качестве учебного пособия по направлению подготовки 032700 - "Филология" / В. Б. Кашкин. - 6-е изд. - Москва : Флинта : Наука, 2016. - 223 с.  | 1  | +   |
| 3.                         | Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 040101.65 - Социальная работа и направлениям подготовки: 040400.62 - Социальная работа, 031600 - Реклама и связи с общественностью, 031900 - Международные отношения / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов. - 3-е изд. - Москва: Флинта: Наука, 2015. - 163 с. | 1  | +   |
| 4.                         | Сабитова, З. К. Лингвокультурология : учебник / З. К. Сабитова. - 2-е изд. - Москва: ФЛИНТА: Наука, 2015. – 521 с.  | 1  | +   |
| 5.                         | Солопова, О. А. Диахроническая сопоставительная метафорология : исследование моделей будущего в политическом дискурсе / О. А. Солопова. - Москва : ФЛИНТА : Наука, 2015. - 310 с.   | 1  | +   |
| 6.                         | Филология и коммуникативные науки: учебное  | 1  | +   |

|                                  |   |   |   |
|----------------------------------|---|---|---|
|                                  | пособие по направлению подготовки 032700 - "Филология" / под общ. ред. А. А. Чувакина. - Москва: Флинта: Наука, 2015. - 495 с.  |   |   |
| 7.                               | Чудинов, А. П. Деловое общение: учебное пособие / А. П. Чудинов, Е. А. Нахимова. - 3-е изд. - Москва: Флинта: Наука, 2016. - 187 с.   | 1 | + |
| <b>Дополнительная литература</b> |   |   |   |
| 8.                               | Бакиров А. Как управлять собой и другими с помощью НЛП: М.: Эксмо, 2011.  | - | + |
| 9.                               | Лихобабин М.Ю. Оценка этической корректности рекламы как важнейшей формы социальной коммуникации: Статья// Сборник научных трудов "Теория и практика коммуникации". Вестник Российской коммуникативной ассоциации, выпуск 2 под общей редакцией И.Н. Розиной. — Ростов/н-Д: ИУБиП, 2004. — 244 с. — С. 94-102 | - | + |
| 10.                              | Мирошниченко И.В. Семиотика: конспект лекций - Москва : А-Приор, 2007.  | 1 | + |
| 11.                              | Мурейко Л.В. Массовое сознание: о специфике субъекта Massmedia: Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — 2009. — № 111. — С. 83-93.  | - | + |
| 12.                              | Новые идеи в теории и практике коммуникации : сборник научных трудов / Санкт-Петерб. гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. теории коммуникации; отв. ред.: Д.П.Гавра. - Санкт-Петербург: Роза мира, 2006.  | 1 | + |
| 13.                              | Носуленко, В. Коммуникация воспринимаемого качества звукового события при формировании акустической среды человека / В. Носуленко // Мир психологии : Научно-методический журнал. - Москва. - 2013, № 1. - С. 236-246.  | 1 | + |
| 14.                              | Старостова Л. Коммуникация со стейкхолдерами территориального бренда в масштабе города / Л. Старостова // Маркетинг и реклама : всеукраинский научно-практический журнал. - Київ. - 2013, № 9. - 46-53.   | 1 | + |

## 15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. <https://www.twirpx.org/>
2. [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/Index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php)
3. <http://www.journ.msu.ru>
4. [www.library.cjes.ru](http://www.library.cjes.ru)

## 16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);

3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);

4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20\_\_\_\_ год.

Протокол № \_\_\_\_ от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ И.М. Артамонова