

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет
Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Историко-филологический
факультет

Евгений Викторович
Дроботушенко

« ____ » _____ 20 ____
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.04.06 Теория и практика массовой коммуникации
на 216 часа(ов), 6 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № ____

Профиль – Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
(для набора 2022)
Форма обучения: Заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

изучить основные направления теории коммуникации, основные модели, термины, категориальный аппарат; овладеть коммуникативной компетентностью;

дать характеристику различным уровням коммуникации: межличностный, групповой, массовой.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить основы теории массовой коммуникации;
- изучить основы теории межличностной коммуникации;
- изучить уровни общения и основные коммуникативные стратегии;
- практически овладеть навыками коммуникативной компетентности.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Учебная дисциплина «Теория и практика массовой коммуникации» относится к модулю общепрофессиональной подготовки Б1.0.04.06

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных(ые) единиц(ы), 216 часов.

Виды занятий	Семестр 5	Семестр 6	Всего часов
Общая трудоемкость			216
Аудиторные занятия, в т.ч.	10	22	32
Лекционные (ЛК)	4	10	14
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	12	18
Лабораторные (ЛР)	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	62	86	148
Форма промежуточной аттестации в	Зачет	Экзамен	36

семестре			
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)			

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
УК-4	УК-4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.	<p>Знать: как строить диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.</p> <p>Уметь: грамотно и ясно строить диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.</p> <p>Владеть: навыками диалогической речи в рамках межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.</p>
УК-4	УК-4.2. Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.	<p>Знать: как осуществлять деловую переписку на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.</p> <p>Уметь: вести деловую переписку на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.</p> <p>Владеть: навыками деловой переписки на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.</p>
УК-4	УК-4.3. Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать	Знать: как находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке, полученную

	<p>информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.</p>	<p>из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.</p> <p>Уметь: находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.</p> <p>Владеть: навыками поиска и использования информации на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач</p>
УК-4	<p>УК-4.4. Создает на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты, в том числе в сфере массмедиа.</p>	<p>Знать: как создавать на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты, в том числе в сфере массмедиа.</p> <p>Уметь: создавать на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты, в том числе в сфере массмедиа.</p> <p>Владеть: навыками написания на русском языке грамотных и непротиворечивых письменных текстов, в том числе в сфере массмедиа.</p>
УК-4	<p>УК-4.5. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ технологий.</p>	<p>Знать: как осуществлять поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ технологий.</p> <p>Уметь: осуществлять поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ технологий.</p>

		<p>Владеть: навыками поиска необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач с применением ИКТ технологий.</p>
ОПК-2	<p>ОПК – 2.1. (общий по УГСН) Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>	<p>Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>Уметь: использовать знания системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>Владеть: навыками применения знаний о системе общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденций развития</p>
ОПК-2	<p>ОПК – 2.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знать: как учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>Владеть: навыками учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.</p>
ОПК-5	<p>ОПК – 5.1. (общий по УГСН) Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем</p>	<p>Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном,</p>

	<p>на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>национальном и региональном уровнях</p> <p>Уметь: применять знания о политических, экономических факторах, правовых и этических нормах, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Владеть: навыками применения знаний о политических, экономических факторах, правовых и этических нормах, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>
<p>ОПК-5</p>	<p>ОПК-5.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Осуществляет свои профессиональные журналистские действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы</p>	<p>Знать: свои профессиональные журналистские действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы</p> <p>Уметь: применять свои профессиональные журналистские действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы</p> <p>Владеть: навыками применения своих профессиональных журналистских действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиа коммуникационной системы</p>

ПК-1	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>Знать: как создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>
ПК-1	ПК – 1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	<p>Знать: как создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>Уметь: создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>Владеть: навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>
ПК-1	ПК – 1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании	<p>Знать: основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании</p> <p>Уметь: создавать основы сценариев специальных событий и</p>

		<p>мероприятий для рекламной или PR кампании</p> <p>Владеть: навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании</p>
ПК-1	<p>ПК – 1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>Знать: инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Уметь: применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Владеть: навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Теория и практика массовой коммуникации и информации	1. Введение в теорию массовых коммуникаций. 2. Массовая информация в массовых коммуникациях. 3. Массово-информационный процесс в массовых коммуникациях. 4. Менеджмент новостей и	45	0	4	0	41

			конструирование новостной информации в массовых коммуникациях. 5. Эффекты и эффективность массовой коммуникации.					
2	2.1	Невербальная и вербальная передача информации в массовых коммуникациях	1. Невербальная передача информации в массовой коммуникации. 2. Вербальная передача информации в массовой коммуникации. 3. Теория и практика политической коммуникации	27	4	2	0	21
3	3.1	Теория и практика межличностного общения	1. Теория межличностного общения. 2. Межличностная коммуникация. 3. Межличностное взаимодействие. 4. Межличностные отношения.	58	4	6	0	48
4	4.1	Структура межличностного общения	1. Восприятие и понимание в структуре межличностного общения. 2. Межличностные конфликты.	32	4	4	0	24
5	5.1	Теоретические и практические аспекты различных видов коммуникации	Межкультурная, публичная и корпоративная коммуникации	18	2	2	0	14
Итого				180	14	18	0	148

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
2	2.1	Невербальная передача информации в массовой коммуникации	1. Система невербальной коммуникации в массовых коммуникациях. 2. Цели невербальной коммуникации в массовых коммуникациях. 3. Использование в СМИ невербальных коммуникативных приемов в массовых коммуникациях.	2
	2.1	Вербальная передача информации в массовой коммуникации	1. Специфика вербальной коммуникации и ее функции в массовых коммуникациях. 2. Особенности языка СМИ: общая характеристика медиа речи.	2
3	3.1	Теория межличностного общения	1. Предмет теории межличностного общения. 1.1. Определение межличностного общения. 1.2. Виды, уровни, функции межличностного общения. 1.3. Структурный анализ общения. 2. Аналитические модели межличностного общения. 3. Теоретические направления исследования межличностного общения.	2
	3.1	Межличностная коммуникация	1. Особенности речи в межличностном общении. 2. Особенности невербального общения в межличностной коммуникации. 3. Поведение слушателя в межличностной коммуникации.	2
4	4.1	Восприятие и понимание в структуре межличностного общения	1. Межличностное общение: социальная перцепция. 2. Межличностное понимание.	2
	4.1	Межличностные конфликты	1. Понятие и характеристика межличностного конфликта. 2. Причины и функции межличностных конфликтов. 3. Структура и динамика межличностных конфликтов. 4. Поведение людей в	2

			межличностных конфликтах. 5. Разрешение межличностных конфликтов.	
5	5.1	Межкультурная, публичная и корпоративная коммуникации	1. Понятие и особенности межкультурной коммуникации. 2. Понятие и особенности публичной коммуникации. 3. Понятие и особенности корпоративной коммуникации	2

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Массовая информация в массовых коммуникациях	Массовая информация в массовых коммуникациях 1. Семантическая теория информации. 2. Смысловое содержание информации (тезаурусная мера). 3. Виды информации (оперативная, структурная, функциональная). 4. Свойства информации (достоверность, адекватность, объективность, доступность, точность, полнота информации). 5. Авторитетная информация.	2
	1.1	Массово-информационный процесс в массовых коммуникациях	Теории массовой коммуникации 1. Теория социального (викарного) научения Альберта Бандуры 2. Теория культивирования Джорджа Гербнера 3. Теория социализации (1960 г.) Жана Пиаже 4. Теория использования и удовлетворения Джей Блюмера, Элиха Кац и др. 5. Теория установления (навязывания) повестки дня Максвелла Маккомбса и Дональдо Шоу 6. Когнитивная теория Джорджа Келли	2
2	2.1	Теория и практика политической коммуникации	Вербальные и невербальные средства формирования имиджа политика 1. Основы вербального имиджа политика, его речевая и содержательная составляющие. Коммуникативная характеристика политика, его предпочтения	2

			(высказывания) в сфере речевых жанров. 2. Невербальные компоненты имиджа политического лидера	
3	3.1	Теория межличностного общения	Теория межличностного общения 1. Когнитивистские теории, внесшие вклад в осмысление особенностей межличностного общения (теория структурного баланса, теория коммуникативных актов, теория конгруэнтности, теория каузальной атрибуции). 2. Структура межличностного общения (перцептивная, коммуникативная, интерактивная стороны межличностного общения)	2
	3.1	Межличностное взаимодействие	Межличностное взаимодействие 1. Ритуальное поведение в межличностном взаимодействии (понятие социальный ритуал, функции социальных ритуалов, межличностные ритуалы, формы ритуального поведения). 2. Межличностное взаимодействие в деловом общении (определение делового взаимодействия, ключевые характеристики организационной структуры делового взаимодействия, эффективность распространения деловой информации по горизонтали и вертикали; особенности межличностного взаимодействия в деловой среде; формы межличностного взаимодействия в деловой среде)	2
	3.1	Межличностные отношения	Межличностные отношения 1. Факторы (внешние и внутренние), вызвавшие взаимную привлекательность в межличностном общении. 2. Последовательность этапов (стадий) в развитии межличностных отношений. 3. Анализ межличностных отношений опираясь на теорию социального обмена Дж. Хоманса.	2
4	4.1	Восприятие и понимание в	Восприятие и понимание в структуре межличностного общения 1.	2

		структуре межличностного общения	Причины стереотипного оценивания людей. Образ конкретного человека согласно стереотипным представлениям о группе, к которой он принадлежит. 2. Автостереотипы и гетеростереотипы. 3. Национальные предрассудки. 4. Объективность восприятия и понимания в процессе межличностного общения. 5. Формальное и неформальное, доверительное межличностное общение.	
	4.1	Межличностные конфликты	Межличностные конфликты и пути их разрешения 1. Типы конфликтных личностей. 2. Модели урегулирования конфликтов.	2
5	5.1	Межкультурная, публичная и корпоративная коммуникации	Межкультурная, публичная и корпоративная коммуникации 1. Межкультурные коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью. 2. Мастерство публичной коммуникации. 3. Коммуникации в организациях и основы корпоративной культуры.	2

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Модели массовой коммуникации 1. Базовые модели коммуникации: линейная модель Г. Лассуэлла, линейная модель Шеннона-Уивера, кибернетическая модель	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	7

		<p>коммуникации Н. Винера, модель М. Дефлюера, социально-психологическая модель А. Т. Ньюкомба, циклическая модель Оскуд- Шрамма и др. 2. Модели воздействия и распространения информации: двухступенчатая и многоступенчатая модели МК. 3. Модели убеждения: модель процесса убеждения Уильяма Мак-Гайра, модель убеждения Фишбейна – Айзена, инструментальная теория убеждения Ховланда, Джаниса и Келли, теория социального влияния Келмана. 4. Модели диалога: М. Бахтина, Ю. Кристевой, Р. Барта, У Матураны. 5. Модели в сфере PR: модель манипулятивная – пресс-посредничество или «паблисити», модель информирования общественности, двусторонняя асимметричная модель, двусторонняя симметричная модель.</p>		
	1.1	<p>Массовая информация в массовых коммуникациях 1. Семантическая теория информации. 2. Смысловое содержание информации (тезаурусная мера). 3. Виды информации (оперативная, структурная, функциональная). 4.</p>	Выполнение практических заданий	7

		Свойства информации (достоверность, адекватность, объективность, доступность, точность, полнота информации). Авторитетная информация.		
	1.1	Теории массовой коммуникации 1. Теория социального (викарного) научения Альберта Бандуры 2. Теория культивирования Джорджа Гербнера 3. Теория социализации (1960 г.) Жана Пиаже 4. Теория использования и удовлетворения Джей Блюмера, Элиха Кац и др. 5. Теория установления (навязывания) повестки дня Максвелла Маккомбса и Дональдо Шоу 6. Когнитивная теория Джорджа Келли	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	7
	1.1	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации в массовых коммуникациях 1. Критерии отбора событий для новостей и их новостная ценность. 2. Формы подачи информации (эксклюзив, сенсация, интрига, провокация, информационная война). 3. Спиндокторинг как технология защиты интересов организации в медиапространстве.	Выполнение практических заданий	10
	1.1	Эффекты и эффективность массовой коммуникации 1.	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	10

	<p>Формирование стереотипов общественного сознания – как эффект СМК. Понятия: общественное сознание и стереотипы. Основные стереотипы, которые навязывают СМИ: гендерные, этнические или национальные, политические, конфессиональные или религиозные. 2. Слухи – как эффект СМК. Понятие слуха. Типы слухов. Факторы возникновения и распространения слухов. Модель Г. Оллпорта и Л. Постмана по управлению слухами. Временная формула эффективного реагирования на слухи. Позитивные и негативные методы борьбы со слухами. 3. СМК и массовое поведение (толпа и паника). Массовая паника и толпа как один из эффектов массовой коммуникации. Средства борьбы с паникой. 4. Роль СМК в формировании общественного мнения. Функции СМК в процессе формирования и функционирования общественного мнения. Основные направления влияния СМИ на формирование общественного мнения. 5. Критерии, способы и методы измерения эффективности массовой коммуникации.</p>		
--	--	--	--

2	2.1	<p>Невербальная коммуникация в массовых коммуникациях 1. Невербальные формы массовой коммуникации (мимика и жесты). 2. Паралингвистические и экстралингвистические средства невербальной массовой коммуникации. 3. Конгруэнтность. 4. Язык телодвижений (факторы, оказывающие влияние на интерпретацию жестов; толкование группы жестов; роль контекста в интерпретации невербального поведения)</p>	Выполнение практических заданий	7
	2.1	<p>Вербальная коммуникация в массовых коммуникациях 1. Описание вербальной коммуникации. 2. Отличия вербальной от невербальной коммуникации. 3. Виды вербальной коммуникации. 4. Барьеры вербальной коммуникации. 5. Секреты успеха деловой вербальной коммуникации 6. Приемы деловой вербальной коммуникации. 7. Ошибки при опосредованной коммуникации.</p>	Подготовка к семинару (доклады с презентациями)	7
	2.1	<p>Вербальные и невербальные средства формирования имиджа политика 1. Основы вербального имиджа</p>	Подготовка к семинару (доклады с презентациями)	7

		<p>политика, его речевая и содержательная составляющие.</p> <p>Коммуникативная характеристика политика, его предпочтения (высказывания) в сфере речевых жанров. ... 2.</p> <p>Невербальные компоненты имиджа политического лидера</p>		
3	3.1	<p>Теория межличностного общения 1.</p> <p>Когнитивистские теории, внесшие вклад в осмысление особенностей межличностного общения (теория структурного баланса, теория коммуникативных актов, теория конгруэнтности, теория каузальной атрибуции).</p> <p>2. Структура межличностного общения (перцептивная, коммуникативная, интерактивная стороны межличностного общения)</p>	<p>1. Подготовка к семинару (доклады с презентациями). 2. Выполнение практических заданий. 3. Тестирование.</p>	12
	3.1	<p>Теория и практика межличностной коммуникации 1.</p> <p>Характеристики речевого высказывания (денотация, коннотация, полисемия, синонимия).</p> <p>2. Теория и практика общения (стили коммуникации, принципы речевой коммуникации, обусловленные принципом кооперации).</p> <p>3. Самовыражение личности в общении. 4.</p>	<p>1. Выполнение практических заданий. 2. Написание письменной проверочной работы.</p>	12

		<p>Самораскрытие личности в общении. 5. Самопредъявление и самопрезентация личности в общении. Классификация стратегий самопредъявления Э. Джонса и Т. Питтмана. Классификация стратегий самопрезентации Р. Баумайстера. Утверждающая и оборонительная стратегии Д. Тедески и Линдсколда. Стратегии и тактики самопредъявления А. Шутца. 6. Определение понятий: трудности общения, характеристики субъекта затрудненного общения, застенчивость, межличностное одиночество, аутистичность, отчужденность, дефекты общения, аутизм.</p>		
	3.1	<p>Межличностное взаимодействие 1. Ритуальное поведение в межличностном взаимодействии (понятие социальный ритуал, функции социальных ритуалов, межличностные ритуалы, формы ритуального поведения). 2. Межличностное взаимодействие в деловом общении (определение делового взаимодействия, ключевые характеристики организационной</p>	Подготовка к семинару (доклады с презентациями).	12

		<p>структуры делового взаимодействия, эффективность распространения деловой информации по горизонтали и вертикали; особенности межличностного взаимодействия в деловой среде; формы межличностного взаимодействия в деловой среде)</p>		
	3.1	<p>Межличностные отношения 1. Факторы (внешние и внутренние), вызвавшие взаимную привлекательность в межличностном общении. 2. Последовательность этапов (стадий) в развитии межличностных отношений. 3. Анализ межличностных отношений опираясь на теорию социального обмена Дж. Хоманса.</p>	<p>Выполнение практических заданий.</p>	12
4	4.1	<p>Восприятие и понимание в структуре межличностного общения 1. Причины стереотипного оценивания людей. Образ конкретного человека согласно стереотипным представлением о группе, к которой он принадлежит. 2. Автостереотипы и гетеростереотипы. 3. Национальные предрассудки. 4. Объективность восприятия и понимания в процессе межличностного общения. 5. Формальное</p>	<p>1. Подготовка к семинару (доклады с презентациями). 2. Выполнение практических заданий.</p>	12

		и неформальное, доверительное межличностное общение.		
	4.1	Межличностные конфликты и пути их разрешения 1. Типы конфликтных личностей. 2. Модели урегулирования конфликтов.	1. Выполнение практических заданий. 2. Тестирование.	12
5	5.1	Межкультурная, публичная и корпоративная коммуникации 1. Межкультурные коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью. 2. Мастерство публичной коммуникации. 3. Коммуникации в организациях и основы корпоративной культуры.	1. Подготовка к семинару (доклады с презентациями). 2. Выполнение практических заданий. 3. Написание рефератов.	14

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Аминов И.И. Психология делового общения: учебник для студентов вузов / И.И. Аминов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2017. – 287 с.
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. Учебное пособие / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект пресс. – 2016. –176 с.
3. Бороздина Г. В., Кормнова Н. А. Психология общения. Учебник и практикум. М.: Юрайт. – 2017. – 464 с.
4. Головки Боризель Деловые издания: Информационный менеджмент массовой коммуникации / Боризель Головки. – М.: Издательство Михайлова В. А. – 2016. – 128 с.

5. Ефимова Н. С. Психология общения. Практикум по психологии: учеб. пособие / Н.С. Ефимова. – Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА. – М.: – 2018. – 192 с.
6. Истратова О.Н. Психология эффективного общения и группового взаимодействия: учеб. пособие / О.Н. Истратова, Т.В. Эксакусто. – Ростов-наДону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета. – 2018. – 192 с.
7. Кирия И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики. – 2017. – 424 с.
8. Мандель Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : ДиректМедиа. – 2019. – 437. – с. 9.
9. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество / М.М. Назаров. – М.: Аванти плюс. – 2016. – 432 с.
10. Садовская В. С., Ремизов В. А. Психология общения. Учебник и практикум для СПО. – М.: Юрайт. – 2019. – 170 с.
11. Самыгин С. И., Столяренко Л. Д., Гафиатулина Н. Х. Психология делового общения. Учебное пособие. – М.: Феникс. – 2020. – 298 с.
12. Столяренко Л. Д., Самыгин С. И. Психология общения. Учебник для колледжей. – М.: Феникс. – 2020. – 318 с.
13. Якимова О. А. Массовая коммуникация: теория и практика : учебное пособие / О. А. Якимова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. – 2020. – 112 с.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Якимова О. А. Массовая коммуникация: теория и практика : учебное пособие / О. А. Якимова. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-9765-5034-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/231761>
2. Эстетическая и массовая коммуникация: вопросы теории и практики : монография / под редакцией Н. В. Ковтуни Е. Е. Анисимовой. — 3-е изд., испр. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 185 с. — ISBN 978-5-9765-1989-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/122630>

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев – М.: Аспект Пресс. – 2005. – 176 с.
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. – М.: РИП-холдинг. – 2003. – 174 с.
3. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин ; пер. с англ. А. А. Науменко. – Харьков : Гуманитарный центр. – 2015. – 688 с.
4. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества / А.А. Грабельников. – М.: РУДН. – 2015. – 330 с.
5. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова – М.: Изд-во Моск. ун-та. – 1999. – 301 с.
6. Ильин Е. Психология общения и межличностных отношений / Е. Ильин. – М.: Питер. –

2015. – 410 с.

7. Киселев А. Г. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть : учебник / А.Г. Киселев. – Москва: Юнити-Дана. – 2015. – 431 с.

8. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. 3-е изд., стереотипное / М. М. Назаров. – М: УРСС. – 2002. – 239 с.

9. Романов А. А. Массовые коммуникации / А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М.: Вузовский учебник, Инфра-М. – 2013. –240 с.

10. Тавокин Е. П. Массовая коммуникация. Сущность и состояние в современной России. Учебное пособие / Е.П. Тавокин. – М.: Либроком. – 2015. – 200 с.

11. Уолрэнд Дж. Введение в теорию сетей массового обслуживания / Дж. Уолрэнд. – М.: Мир. – 2016. – 336 с.

12. Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и Ко. – 2013. – 320 с.

13. Яшин Б. Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций : учебное пособие Ъ Б. Л. Яшин. – М.: Директ-Медиа. – 2015. – 243 с.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Ковтун Н. В. Эстетическая и массовая коммуникация: вопросы теории и практики : монография / Н. В. Ковтун, Е. Е. Анисимова. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 185 с. — ISBN 978-5-9765-1989-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/72762>

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
Справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия).	https://internet.garant.ru/
Электронная библиотека РУКОНТ	https://rucont.ru/
Электронно-библиотечная система IPRbooks.	https://iprmedia.ru/products/ipr-books.html
Федеральный портал «Российское образование».	https://edu.ru/
Философский портал.	https://filosoff.org/
Портал «Гуманитарное образование».	http://abitur.su/gumanitarnoe-obrazovanie/
Библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.	https://www.rfbr.ru/rffi/ru/books
Каталог образовательных интернет-ресурсов. Журналистика.	https://ifiyak.sfu-kras.ru/poleznye-ssylki/item/184/
Литература по журналистике.	https://www.studmed.ru/science/zhurnalistika/
Мастера школы журналистики.	https://fdp.hse.ru/ischool/media/

Санкт-Петербургский государственный университет. Методы и результаты исследования.	https://www.unipage.net/ru/saint_petersburg_state_university
Учебники, книги, издания. Журналистика.	https://vse-uchebniki.ru/uchebnik-po-journalistike/
Научная электронная библиотека (НЭБ).	https://www.elibrary.ru/defaultx.asp

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

- 1) Google Планета Земля
- 2) Microsoft Open XML SDK 2.5 для Office
- 3) Microsoft SQL Server Express
- 4) Система ГАРАНТ
- 5) СПС "Консультант Плюс"

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Перед началом изучения дисциплины студентам необходимо ознакомиться с содержанием

рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале и сайте кафедры, с графиком консультаций преподавателей кафедры.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс).

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на «электронный почтовый ящик группы» (таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

Рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям.

Студентам следует:

- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, но и учебную литературу 2016-2021 г. издания;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов.

Методические рекомендации по выполнению СРС.

Студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы.

Разработчик/группа разработчиков:
Илона Валерьевна Романова

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.