

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и  
связей с общественностью  
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.О.15 Введение в профессиональную деятельность
Направление подготовки:	42.03.03 Издательское дело
Направленность (профиль):	Издание печатных и электронных средств массовой информации
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

Санкт-Петербург  
2023

## 1. Цели и задачи дисциплины:

### *Цель освоения дисциплины:*

Способствовать формированию понимания студентами сущности и социальной значимости своей будущей профессии; Сформировать базовые представления об этике профессиональной деятельности издательском деле; Сформировать профессиональную компетентность специалиста в сфере коммуникации; Сформировать знания различных видов и уровней коммуникации;

### *Задачи дисциплины:*

Способствовать формированию понимания студентами сущности и социальной значимости своей будущей профессии;

Ознакомить с типичными и особенными требованиями работодателя к работнику (в соответствии с будущей профессией);

Выработать системное представление об истории рекламы и PR, о современном состоянии отрасли;

Способствовать усвоению основ коммуникативного знания;

Помочь рассмотрению вопросов методологии коммуникативных процессов;

Способствовать изучению проблем деятельности в сфере коммуникации;

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

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения	Наименование категории (группы) компетенций: «Разработка и реализация проектов»
	УК-2.2 Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	
	УК-2.3 Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах	
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда	Наименование категории (группы) компетенций: «Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)»
	УК-6.2 Умеет демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории	
	УК-6.3 Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей	
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает основы подготовки и размещения медиатекстов и их отличительные особенности.	Наименование категории (группы) компетенций: «Продукт профессиональной деятельности
	ОПК-1.2 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	
	ОПК-1.3 Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	

<b>Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Примечание</b>
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, националь-ном и региональном уровнях.	Наименование категории (группы) компетенций: «Медиакommunikационная система»
	ОПК-5.2 Способен учитывать политические, экономические факторы, правовые и этические нормы в профессиональной деятельности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	
	ОПК-5.3 Способен осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы.	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типо-вые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Наименование категории (группы) компетенций: «Эффекты»
	ОПК-7.2 Умеет применять на практике методы и технологии ведения социально ответственной профессиональной деятельности в сфере медиакommunikаций.	
	ОПК-7.3 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответ-ственности и этическими нормами, принятыми профессио-нальным сообществом.	

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения	Соблюдает правовые нормы, необходимые для осуществления профессиональной деятельности и использует основы методологического комплекса для принятия управленческого решения
УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	Профессионально анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определяет целевые этапы и основные направления работ
УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах	Успешно использует методики разработок цели и задач проекта; оперирует методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда	Знает и применяет основные принципы самовоспитания и самообразования, исходя из требований рынка труда
УК-6.2. Умеет демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории	При необходимости демонстрирует умение самоконтроля и рефлексии, позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории
УК-6.3. Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и удовлетворения образовательных интересов и потребностей	Успешно управляет своей познавательной деятельностью и способами удовлетворения образовательных интересов и потребностей

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1.1. Знает основы подготовки и размещения медиатекстов и их отличительные особенности.	Знает и успешно создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Активно выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
ОПК-1.3. Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	В соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем осуществляет подготовку медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	В своей профессиональной деятельности опирается на тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм.
ОПК-5.2. Способен учитывать политические, экономические факторы, правовые и этические нормы в профессиональной деятельности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Строго учитывает политические, экономические факторы, правовые и этические нормы в профессиональной деятельности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ОПК-5.3. Способен осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	Осуществляет свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Соблюдает цеховые принципы социальной ответственности, учитывает типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
ОПК-7.2. Умеет применять на практике методы и технологии ведения социально ответственной профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций.	Применяет на практике методы и технологии ведения социально ответственной профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций.
ОПК-7.3. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	В соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом, осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов работы.

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-1.1	ОПК-1.2	ОПК-1.3
			ОПК-5.1	ОПК-5.2	ОПК-5.3
			ОПК-7.1	ОПК-7.2	ОПК-7.3
			УК-2.1	УК-2.2	УК-2.3
			УК-6.1	УК-6.2	УК-6.3
1	Коммуникация как способ передачи информации и взаимодействия людей	УК-2 УК-6 ОПК-1 ОПК-5 ОПК-7	Тестирование №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-1.1 ОПК-5.1 ОПК-7.1 УК-2.1 УК-6.1	ОПК-1.2 ОПК-5.2 ОПК-7.2 УК-2.2 УК-6.2	ОПК-1.3 ОПК-5.3 ОПК-7.3 УК-2.3 УК-6.3
2	Научные основы теории коммуникации	УК-2 УК-6 ОПК-1 ОПК-5 ОПК-7	Тестирование №2 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	История коммуникаций Древнего мира и периода Средневековья	УК-2 УК-6 ОПК-1 ОПК-5 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
4	История коммуникаций Нового времени	УК-2 УК-6 ОПК-1 ОПК-5 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №2 (20)
5	Виды коммуникации	УК-2 УК-6 ОПК-1 ОПК-5 ОПК-7	Тестирование №3 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №2 (20)
6	Каналы коммуникации	УК-2 УК-6 ОПК-1 ОПК-5 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №2 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p><b>Тема 1:</b> Коммуникация как способ передачи информации и взаимодействия людей</p> <p>Понятие коммуникации. Коммуникация как передача информации и как взаимодействие. Языковая и неязыковая составляющие коммуникации. Коммуникативная деятельность. Акт коммуникативной деятельности, его структура. Человек как «узел пересечения» (М. Шелер) коммуникативных потоков. Специфика коммуникативного пространства современной России. Развитие коммуникативных компетенций специалиста в сфере рекламы и PR как важнейшая задача высшего образования. Введение в коммуникационные специальности как учебная дисциплина.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Коммуникация как коренное условие бытия человека и культуры в информационном обществе. Коммуникация и общение. Развитие представлений о коммуникации: коммуникация как передача информации.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 2:</b> Научные основы теории коммуникации</p> <p>Социально-философские, информационные, семиотические, лингвистические основы изучения коммуникации. Признаки коммуникации. Структурные элементы процесса коммуникации. Уровни коммуникации: межличностный, групповой, массовый, межкультурный</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Сферы коммуникации: обиходно-бытовая, профессионально-деловая, научная, массово-информативная и художественно-творческая.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 3:</b> История коммуникаций Древнего мира и периода Средневековья</p> <p>Коммуникации Древнего мира. Отражение социальных коммуникаций в Ветхом и Новом Завете. Технологии информирования, популяризации, убеждения и рекламы Древнего мира. Особенности коммуникативных процессов средневековой цивилизации. Технологии формирования позитивного имиджа средневековой элиты. Особенности символической коммуникации.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b></p>

42.03.03 Издательское дело, направленность (профиль) "Издание печатных и электронных средств массовой информации"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.О.15 Введение в профессиональную деятельность

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p>Вклад в теорию и практику управления коммуникациями выдающихся мыслителей Древней Греции и Рима: Сократа, Платона, Аристотеля, Цицерона. Софисты и их значение для теории коммуникаций. Роль ораторского искусства в Греции и Риме.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 4:</b> История коммуникаций Нового времени</p> <p>Коммуникации в Западной Европе XVII -XIX вв. Вклад в общественные коммуникации и формирование современной концепции PR просветителей XVII-XVIII века. Формирование нового коммуникационного пространства в Западной Европе. Развитие средств письменной коммуникации. Особенности политической коммуникации Франции времен Великой французской революции. Институционализация деятельности в сфере связей с общественностью в США конца XVIII – XIX века. Влияние политических событий американской борьбы за независимость на формирование приемов и методов связей с общественностью.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b></p> <p>Политические и социальные коммуникации в период «войн и революций». Появление пресс-агентств и «этап паблсити».</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 5:</b> Виды коммуникации</p> <p>Вербальная коммуникация как деятельность и как продукт. Невербальная коммуникация. Невербальные языки (язык тела, паралингвистические средства и др.). Принципы коммуникации в проекции на вербальную коммуникацию: принцип сотрудничества; принцип вежливости. Прямая и опосредованная коммуникация. Формальная и неформальная коммуникация.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b></p> <p>Социальная коммуникация. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация. Межличностная, групповая, массовая коммуникация.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 6:</b> Каналы коммуникации</p> <p>Каналы коммуникации. Традиционные и новые каналы коммуникации. Современная динамика использования разных каналов коммуникации. Временной ресурс коммуникации. Интернет. Социальные сети. Персонализация каналов.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b></p> <p>Аудитории коммуникации, их виды, особенности, соответствующие им каналы коммуникации.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Курсовая работа:</b></p> <p>не предусмотрено учебным планом</p>

#### *Очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 1
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	33	33
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	33	33
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	39	39
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	72/2	72/2

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Коммуникация как способ передачи информации и взаимодействия людей	1	2	2	0	5	2
2	Научные основы теории коммуникации	1	2	2	0	5	2

42.03.03 Издательское дело, направленность (профиль) "Издание печатных и электронных средств массовой информации"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.О.15 Введение в профессиональную деятельность

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
3	История коммуникаций Древнего мира и периода Средневековья	1	2	2	0	5	2
4	История коммуникаций Нового времени	1	4	4	0	6	4
5	Виды коммуникации	1	4	4	0	6	4
6	Каналы коммуникации	1	4	4	0	6	4
Итого:			18	18	0	33	18

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 1
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	57	57
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	57	57
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	11	11
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	72/2	72/2

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Коммуникация как способ передачи информации и взаимодействия людей	1	2	0	0	9	2
2	Научные основы теории коммуникации	1	0	0	0	9	2
3	История коммуникаций Древнего мира и периода Средневековья	1	2	0	0	9	2
4	История коммуникаций Нового времени	1	0	2	0	10	4
5	Виды коммуникации	1	0	0	0	10	4
6	Каналы коммуникации	1	0	2	0	10	4
Итого:			4	4	0	57	18

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

#### 5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

*Основная литература:*

1. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ. ПОДГОТОВКА ТЕКСТОВ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Колесниченко А. В. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва)., 2022 г. - 321 с. - ISBN 978-5-534-14550-2 –

Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-podgotovka-tekstov-490135>

2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В ПОЛИГРАФИИ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Зельдович Б. З., Сперанская Н. М. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2022 г. - 201 с. - ISBN 978-5-534-11730-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlencheskie-resheniya-v-poligrafii-495846>

3. ЭЛЕКТРОННЫЕ ИЗДАНИЯ. ТЕХНОЛОГИЯ ПОДГОТОВКИ + ДОП. МАТЕРИАЛ В ЭБС. Учебное пособие для вузов / Григорьева Е. И., Ситдинов И. М., 2022 г. - 439 с. - ISBN 978-5-534-06328-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/elektronnye-izdaniya-tehnologiya-podgotovki-dop-material-v-eps-493892>

4. ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИГРАФИИ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Запекина Н. М. - Челябинский государственный институт культуры (г. Челябинск), 2022 г. - 178 с. - ISBN 978-5-534-10598-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologii-poligrafii-494640>

*Дополнительная литература:*

1. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ: БИЛЬДРЕДАКТИРОВАНИЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Тулупов В. В. - Воронежский государственный университет (г. Воронеж), 2022 г. - 182 с. - ISBN 978-5-534-09230-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-bildredaktirovanie-494585>

2. ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Голуб И. Б. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2022 г. - 397 с. - ISBN 978-5-534-06578-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/literaturnoe-redaktirovanie-489634>

3. ТЕХНОЛОГИЯ ПОСЛЕПЕЧАТНЫХ ПРОЦЕССОВ: ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ИЗДАНИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Бобров В. И., Черная И. В. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2022 г. - 247 с. - ISBN 978-5-534-11984-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-poslepechatnyh-processov-eksklyuzivnye-izdaniya-495855>

4. ГАЗЕТНАЯ ИЛЛЮСТРАЦИЯ. Учебное пособие для вузов / Корытов О. В., Силина Е. А., 2022 г. - 84 с. - ISBN 978-5-534-14432-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/gazetnaya-illyustraciya-496792>

**6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

**7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. [ibooks.ru](http://ibooks.ru) : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [arch.neicon.ru](http://arch.neicon.ru). - Текст: электронный



6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Книжная индустрия [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.bookind.ru>. - Текст: электронный

9. Книжное обозрение [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://книгобоз.рф/>. - Текст: электронный

10. Университетская книга [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.unkniga.ru>. - Текст: электронный

11. ЛибИнформ [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://libinform.ru>. - Текст: электронный

12. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

13. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный

15. Библиотечное дело: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://www.bibliograf.ru/>. - Текст: электронный

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном портале Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

## 9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

## 9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

### Тестирование №1

#### 1. Схемы коммуникаций является

1. Внешняя, внутренняя, входная и выходная.
2. Кольцевая, сотовая, многосвязных, звездная, иерархическая.
3. Кольцевая, сотовая, входная, звездная, иерархическая.
4. Диагональная, кольцевая, сотовая, многосвязных, звездная, отчетная.

#### 2. Формальные коммуникации — это

1. Это коммуникации, которые предусмотрены организационной структурой организации.
2. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
3. Это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на

основе созданных и функционирующих информационных каналов.

4. Это коммуникации, которые не предусмотрены организационной структурой организации.

### 3. Не формальные коммуникации — это

1. Это коммуникации, которые предусмотрены организационной структурой организации.
2. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
3. Это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
4. Это коммуникации, которые не предусмотрены организационной структурой организации.

### 4. Коммуникационный процесс — это

1. Это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
2. Это деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары.
3. Это процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла.
4. Это обмен информацией между двумя и более лицами.

### 5. Коммуникационный процесс состоит из элементов

1. Отправитель, адресат, сообщение, канал связи, обратная реакция.
2. Отправитель, адресат, сообщение, канал связи.
3. Заказчик, потребитель, распространитель, исполнитель.
4. Отправитель, исполнитель, сообщение, канал связи, потребитель.

### 6. Отправитель, как элемент коммуникационного процесса, — это

1. Особо, генерирующей идею или собирающее, обрабатывает информацию и передает ее.
2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
3. Средство передачи информации.
4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.

### 7. Адресат, как элемент коммуникационного процесса, — это

1. Особо, генерирующей идею или собирающее, обрабатывает информацию и передает ее.
2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
3. Средство передачи информации.
4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.

### 8. Сообщение, как элемент коммуникационного процесса, — это

1. Особо, генерирующей идею или собирающее, обрабатывает информацию и передает ее.

2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
3. Средство передачи информации.
4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.

9. Канал связи, как элемент коммуникационного процесса, — это

1. Особо, генерирующей идею или собирающее, обрабатывает информацию и передает ее.
2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
3. Средство передачи информации.
4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.

10. Обратная связь, как элемент коммуникационного процесса, — это

1. Реакция получателя на сообщение отправителя.
2. Информация, закодированная определенным образом с помощью символов.
3. Средство передачи информации.
4. Лицо, которому предназначена информация и которое определенным образом интерпретирует ее.

## **Тестирование 2**

1. Коммуникации — это

1. Это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
2. Это деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары.
3. Это процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла.
4. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

2. Коммуникационная сеть — это

1. Это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
2. Это процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла.
3. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
4. Это деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары.

3. Позитив устных коммуникаций состоит

1. Хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.

2. Обеспечение глубокого взаимопонимания я и экономия времени.
3. Сложность обновления, объемность информации.
4. Является дополнением для других средств и способов коммуникаций.

#### 4. Позитив письменных коммуникаций состоит

1. Обеспечение глубокого взаимопонимания я и экономия времени.
2. Сложность обновления, объемность информации.
3. Является дополнением для других средств и способов коммуникаций.
4. Хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.

#### 5. Негатив письменных коммуникаций состоит

1. Сложность обновления, объемность информации.
2. Обеспечение глубокого взаимопонимания я и экономия времени.
3. Является дополнением для других средств и способов коммуникаций.
4. Хорошо сохранения информации, возможность многократного изучения, основательность подготовки, возможность одновременного доведения до многих адресатов.

#### 6. Для восходящих коммуникаций характерно

1. Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2. Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
3. Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.
4. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

#### 7. Для нисходящих коммуникаций характерно

1. Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2. Доведения до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
3. Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.
4. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

#### 8. Для горизонтальных коммуникаций характерно

1. Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на

более низких уровнях иерархической системы.

2. Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
3. Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.
4. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

9. Схемы коммуникаций является

1. Внешняя, внутренняя, входная и выходная.
2. Кольцевая, сотовая, многосвязных, звездная, иерархическая.
3. Кольцевая, сотовая, входная, звездная, иерархическая.
4. Диагональная, кольцевая, сотовая, многосвязных, звездная, отчетная.

10. Формальные коммуникации — это

1. Это коммуникации, которые предусмотрены организационной структурой организации.
2. Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
3. Это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов.
4. Это коммуникации, которые не предусмотрены организационной структурой организации.

### **Тестирование №3**

1. Социальная коммуникация:

а) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств

б) сообщения в СМИ

в) инженерные пути сообщения

2. Речевая тактика, заключающаяся в использовании неожиданной информации:

а) неожиданность

б) обращение к авторитету

в) момент неформальности

3. Отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит в:

а) способах кодирования информации

б) каналах связи

в) целях передачи информации

4. К вербальной коммуникации не относится:

а) письмо

б) говорение

в) слушание

5. Межличностная коммуникация — это такая коммуникация:

а) ретиальная

б) аксиальная

в) невербальная

6. Реклама не относится к:

а) массовой коммуникации

б) интегрированным маркетинговым коммуникациям

в) аутокоммуникации

7. К невербальной коммуникации не относится:

а) слушание

б) таксеика

в) просодика

8. К электронным СМИ не относится:

а) ТВ

б) радио

в) газета

9. К коммуникационным революциям относится изобретение:

а) колеса

б) книгопечатания

в) лазерного оружия

10. Процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей:

а) чтение

б) монолог

в) диалог

### **Доклад,сообщение/Реферат № 1**

#### **Вариант 1**

1. Коммуникация как передача информации и как взаимодействие.
2. Коммуникация и общение.
3. Языковая и неязыковая составляющие коммуникации.
4. Коммуникативная деятельность.
5. Акт коммуникативной деятельности, его структура.
6. Специфика коммуникативного пространства современной России.
7. Субъекты коммуникативной деятельности.

#### **Вариант 2**

1. Коммуникации Древнего мира.
2. Отражение социальных коммуникаций в Ветхом и Новом Завете.
3. Вклад Сократа в теорию и практику управления коммуникациями.
4. Вклад Платона в теорию и практику управления коммуникациями.
5. Вклад Аристотеля в теорию и практику управления коммуникациями.
6. Вклад Цицерона в теорию и практику управления коммуникациями.
7. Софисты и их значение для теории коммуникаций.
8. Роль ораторского искусства в Греции и Риме.
9. Особенности коммуникативных процессов средневековой цивилизации.
10. Технологии формирования позитивного имиджа средневековой элиты.
11. Особенности символической коммуникации.

#### **Вариант 3**

1. Коммуникации в Западной Европе XVII -XIX вв.
2. Вклад в общественные коммуникации и формирование современной концепции PR просветителей XVII-XVIII века.
3. Формирование нового коммуникационного пространства в Западной Европе.
4. Развитие средств письменной коммуникации.
5. Особенности политической коммуникации Франции времен Великой французской революции.

6. Институционализация деятельности в сфере связей с общественностью в США конца XVIII – XIX века.
7. Влияние политических событий американской борьбы за независимость на формирование приемов и методов связей с общественностью.
8. Политические и социальные коммуникации в период «войн и революций».
9. Появление пресс-агентств и «этап публицити».

### **Коллоквиум/ Проект (Групповой проект) №1**

#### **Вариант 1**

1. Коммуникация как передача информации и как взаимодействие.
2. Коммуникация и общение.
3. Языковая и неязыковая составляющие коммуникации.
4. Коммуникативная деятельность.
5. Акт коммуникативной деятельности, его структура.
6. Специфика коммуникативного пространства современной России.
7. Субъекты коммуникативной деятельности.
8. Коды коммуникации.
9. Барьеры коммуникации.
10. Развитие коммуникативных компетенций специалиста в сфере рекламы и PR как важнейшая задача высшего образования.

#### **Вариант 2**

1. Социально-философские основы изучения коммуникации.
2. Информационные основы изучения коммуникации.
3. Семиотические основы изучения коммуникации.
4. Лингвистические основы изучения коммуникации.

#### **Вариант 3**

1. Признаки коммуникации.
2. Структурные элементы процесса коммуникации.
3. Межличностный уровень коммуникации.
4. Групповой уровень коммуникации.
5. Массовый уровень коммуникации.
6. Межкультурный уровень коммуникации.

### **Задания творческого уровня № 1**

#### **«Управление внутренними коммуникациями в организации»**

##### **Условия:**

В управленческой команде компании «А» сложилась непростая коммуникация. Новый генеральный директор недавно в компании и видит, что старые способы работы уже неэффективны. Он пытается побудить команду посмотреть на ситуацию по-другому. Однако делает это в силу темперамента иногда излишне директивно, эмоционально.

Руководитель отдела логистики – самый опытный сотрудник в компании, работает со дня основания. Пока у него нет полного доверия к предложениям нового генерального директора. К тому же он не согласен, что ситуация требует каких-то серьезных мер. Компания чувствует себя на рынке уверенно, так зачем жертвовать стабильностью ради призрачных новых возможностей? Периодически он открыто вступает в конфронтацию с первым лицом компании.

В процессе совещаний и встреч тет-а-тет периодически возникают споры, руководители излишне



эмоционально обсуждают рабочие вопросы. В связи с этим часто разговор приобретает неконструктивный характер, коллеги переходят на личности, не всегда уважительно отзываются друг о друге, не слышат и не слушают доводы каждого.

Некоторые члены управленческой команды поддерживают руководителя отдела логистики, и делают это иногда излишне рьяно. Остальные заняли выжидательную позицию и стараются пока не высказывать свою точку зрения. В целом у всей команды есть явная сложность в том, чтобы конструктивно вести обсуждения и принимать общие решения. Директор по персоналу видит необходимость помочь руководителям научиться договариваться, слушать и слышать друг друга.

**Задание:** охарактеризовать каналы внутренней коммуникации в организации; определить и классифицировать аудитории данной коммуникации; определить стиль управления, который использует новый генеральный директор; выявить причины действий руководителя отдела логистики; определить причины проблем в управлении и предложить решение, наиболее оптимальное в данной ситуации.

### Задания творческого уровня №2.

#### «Управление внешними коммуникациями. Рекламный текст»

**Задание:** определить вид рекламного текста, целевое назначение; выделить основные структурные элементы; оценить сильные и слабые стороны текста. Охарактеризовать каналы коммуникации для распространения данного рекламного текста, определить целевую аудиторию коммуникации.

#### Условия:

В Москве открылся первый и единственный салон красоты в египетском стиле. Атмосфера салона «Пирамида красоты» переносит посетителей на тысячи лет назад, в мир Древнего Египта с его наскальными фресками, пирамидами, мумиями и статуями фараонов.

В оформлении интерьера использованы характерные для древнеегипетской живописи терракотовый, красный, голубой, синий и желтый цвета. Пол выложен плиткой, имитирующей мозаичные узоры храмов и дворцов. Стены украшают орнаменты с использованием элементов, встречающихся во дворцовых фресках. Одну из стен в парикмахерском зале украшает стилизация древнеегипетского сюжета с изображением бога мудрости Тота в виде человека с головой ибиса.

Плиточное оформление пола и стен, а также изображение и использование пирамид подчеркивают стилевое решение салона. Вписанные в настенные изображения светильники (например, бог Гор с головой ястреба несет в руке жертвенную чашу с огнем) и суровые взгляды каменных статуй из Долины Царей переносят атмосферу таинственности, присущую окутанной мифами истории Древнего царства, на посетителей салона.

Особое восхищение в парикмахерском зале вызывают привезенные из Каира зеркала, которые обрамляет маска фараона и крылатый жук-скарабей — неотъемлемый символ наскальных росписей пирамид в Гизе.

Многочисленные статуэтки и папирусы, тоже привезенные из Египта, плетеная мебель, сочетание цвета золота и бронзы, а также умиротворяющий шум водопада в зоне ресепшн дополняют уникальный интерьер и создают уютную атмосферу.

Салон «Пирамида красоты» находится по адресу: Ходынский бульвар, 17, на территории жилого комплекса «Гранд Парк», ближайшие станции метро — «Полежаевская», «Динамо», «Аэропорт».

#### Рекламный текст:

«Порази своих подруг идеальной фигурой!

Вы хотите избавиться от лишних килограммов и улучшить свое здоровье?

Вы давно мечтаете выглядеть привлекательными для окружающих и находитесь в постоянном поиске эффективных средств для похудения?

Стоп! Пора остановиться! Именно сейчас вы находитесь на сайте компании, которая поможет вам избавиться от проблем раз и навсегда! Хватит искать, настало время действовать!

Вы можете и дальше продолжать свой поиск, пробовать различные диеты, изнурять себя

изматывающими физическими упражнениями и не добиваться положительных результатов. Ведь как только мы чуть-чуть расслабимся, новые килограммы предательски возвращаются и не собираются уходить! Зачем вам это?! У нас есть очень эффективный способ добиться желаемой цели. Цели, которая откроет вам дверь в мир жизни без проблем и комплексов! Пришла пора осуществить мечту! Но надо спешить, ведь количество товара ограничено, и, кроме вас, есть много людей, которые так же хотят решить свои проблемы!

Все, что вам нужно,— это поднять трубку, набрать номер (XXX) XXX–XX–XX и заказать комплекс «КОЛДОВСКИЕ ЧАРЫ АЙСЕЙДОРЫ», который состоит из двух биологически активных добавок различного функционального действия: «Формула I — Коррекция веса» и «Формула II — Очищающий».

Вы спросите, в чем же эффективность данного комплекса? Мы вам ответим!

Специалисты утверждают, что путь к стройности лежит через применение натуральных комплексных биологически активных добавок, которые не только способствуют снижению аппетита и «сжиганию» жира, но и устраняют дисбаланс веществ в организме, очищают его от токсинов, восстанавливают нарушенные обменные процессы и иммунную систему. И наш комплекс делает это!

Просто принимайте его в сочетании с несложной диетой — и все!

Как?! Вы еще не набираете наш номер!? Торопитесь! Количество товара ограничено, и вы можете не успеть! Вы ведь не хотите, чтобы кто-то наслаждался жизнью, а вы были бы лишними на этом празднике?

Просто закройте глаза и представьте: один звонок — и все ваши желания начнут осуществляться! ОДИН ЗВОНОК!!! ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ?! И вы вновь ощутите себя на гребне волны! Вы вновь почувствуете всю прелесть жизни! Как это замечательно, когда вы можете надевать те вещи, которые вам нравятся, а не те, которые скрывают недостатки вашей фигуры! Как это здорово, когда можно прийти на пляж и наслаждаться нежным теплом солнечных лучей, а не сидеть дома из-за комплексов по поводу лишнего веса! Как это восхитительно, когда ловишь на себе заинтересованные взгляды лиц противоположного пола, а не слышишь насмешки прохожих! Вы согласны?

Решите для себя здесь и сейчас: вы готовы начать новую жизнь? Тогда не надо медлить ни секунды! Возьмите трубку и закажите комплекс биологических добавок «КОЛДОВСКИЕ ЧАРЫ АЙСЕЙДОРЫ» по телефону (XXX) XXX–XX–XX. И помните: количество товара ограничено! Комплекс биологических добавок «КОЛДОВСКИЕ ЧАРЫ АЙСЕЙДОРЫ»: один звонок — и ваши мечты начнут осуществляться!»

## **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

## **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет**

### **Примерный перечень теоретических вопросов к зачету**

1. Понятие коммуникации.
2. Коммуникация как передача информации и как взаимодействие.
3. Языковая и неязыковая составляющие коммуникации.
4. Коммуникативная деятельность, его структура.
5. Специфика коммуникативного пространства современной России.
6. Назначение деятельности в сфере рекламы и PR для общества и экономики.
7. Основные требования к специалисту в сфере коммуникации.
8. Социально-философские, информационные, семиотические, лингвистические основы изучения коммуникации.
9. Признаки коммуникации.

10. Структурные элементы процесса коммуникации.
11. Уровни коммуникации: межличностный, групповой, массовый, межкультурный. Коммуникации Древнего мира.
12. Софисты и их значение для теории коммуникаций.
13. Роль ораторского искусства в Греции и Риме.
14. Отражение социальных коммуникаций в Ветхом и Новом Завете.
15. Особенности коммуникативных процессов средневековой цивилизации.
16. Особенности символической коммуникации.
17. Коммуникации в Западной Европе XVII -XIX вв.
18. Вклад в общественные коммуникации и формирование современной концепции PR просветителей XVII-XVIII века.
19. Формирование нового коммуникационного пространства в Западной Европе.
20. Развитие средств письменной коммуникации.
21. Особенности политической коммуникации Франции времен Великой французской революции.
22. Институционализация деятельности в сфере связей с общественностью в США конца XVIII – XIX века.
23. Виды коммуникации.
24. Вербальная коммуникация.
25. Невербальная коммуникация. Невербальные языки (язык тела, паралингвистические средства и др.).
26. Принципы коммуникации.
27. Прямая и опосредованная коммуникация.
28. Формальная и неформальная коммуникация.
29. Политическая коммуникация.
30. Публичная коммуникация.
31. Традиционные и новые каналы коммуникации.
32. Временной ресурс коммуникации.
33. Персонализация каналов коммуникации.
34. Аудитории и соответствующие им каналы коммуникации.
35. История рекламы как история одного из видов социальной коммуникации.
36. Протореклама как коммуникационная система.
37. Лубок и ярмарка – среда формирования русской национальной рекламы. Русская традиция рекламного текста.
38. Начало рекламного бизнеса (XVI век). Первые агентства и их специфика.
39. Социалистический реализм как отечественный рекламный эксклюзив.
40. Становление российской рекламы в 90-е годы.
41. Реклама как информация. Рекламное сообщение.
42. Принципы создания и формы рекламной продукции.
43. Два дискурса рекламного сообщения (социокультурный и товарный).
44. Рекламная деятельность: сущность и формы.
45. Организационная структура рекламной деятельности.
46. Деятельность в области рекламных коммуникаций в современном мире: объём, принципы, тенденции.
47. Этапы становления PR в американский период «войн и революций».
48. Развитие PR в европейских странах.
49. Этапы развития PR в России.
50. Современные тенденции деятельности в сфере связей с общественностью.

### **Примерный перечень практических заданий к зачету**

#### *Задание 1*

**Предложите варианты использования информационного повода**

*Задание 2*

Задание связано с изучением производственного процесса в редакции. Студент выбирает редакцию СМИ (печатного, электронного, сетевого) и составляет схему производственного процесса от самого начала – личного и редакционного планирования до поступления СМИ (номера газеты или журнала, радио– или телепрограммы) к потребителю. Каждому этапу дается краткая характеристика.

*Задание 3*

Анализ газеты

При анализе деятельности СМИ учитываются:

- потребности, интересы – редакции и аудитории;
- функции, цели, мотивы редакции;
- содержание и направления СМИ;
- методы, способы достижения целей в целом и целей при написании конкретных материалов;
- эффективность отдельных публикаций и позиции СМИ в целом.

При анализе принимаются во внимание 3 задачи:

Анализ содержания газеты необходим для уточнения программы издания.

Изучение характеристик текстов и газеты в целом, ее содержательно-графической модели с позиций их соответствия составу, потребностям, интересам, запросам потенциальной аудитории. Установление степени соответствия содержания газеты заявленной программе, намерениям учредителей и журналистов.