

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Владимирский государственный университет
 имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
 (ВлГУ)



Проректор
 по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 30 » _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ВЛИЯНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНУЮ КОММУНИКАЦИЮ

Направление подготовки: 47.04.03 Религиоведение

Профиль/программа подготовки: Управление коммуникаций в многоконфессиональной среде

Уровень высшего образования: Магистратура

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
2	2/72	18	18		36	Зачет
Итого	2/72	18	18		36	Зачет

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины

- обучение теоретическим основам межконфессиональной коммуникации;
- получение представления о концептуальных основах социокультурного влияния PR-деятельности;
- формирование умений и навыков применения на практике полученных знаний в конкретных ситуациях межконфессионального взаимодействия;
- развитие способности толерантного отношения к другим религиям и их представителям.

Задачи:

помочь магистрантам получить профессиональные знания, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении других дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Социокультурное влияние PR-деятельности на межконфессиональную коммуникацию» является дисциплиной по выбору и находится в вариативной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 47.04.03 «Религиоведение».

Пререквизиты дисциплины: Религия и политика, Коммуникационный менеджмент

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОК-1 Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	частично	Знать: - особенности абстрактного мышления Уметь: - пользоваться методами анализа и синтеза Владеть: - способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	частично	Знать: - принципы социальной и этической ответственности за принятые решения Уметь: - действовать в нестандартных ситуациях Владеть: - способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	частично	Знать: - принципы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала Уметь: - обеспечивать саморазвитие, самореализацию, использование творческого потенциала Владеть: - способностью к саморазвитию, самореализации,

		использованию творческого потенциала
ОПК-5 Способность использовать знание основных этапов развития мирового и российского религиоведения	частично	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы развития мирового и российского религиоведения <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знание основных этапов развития мирового и российского религиоведения <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способность использовать знание основных этапов развития мирового и российского религиоведения
ОПК-10 Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, профессиональные и культурные различия	частично	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности - социальные, этнические, профессиональные и культурные различия <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, профессиональные и культурные различия <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, профессиональные и культурные различия
ПК-13 Владение основными навыками педагогической и методической работы, межличностного общения и работы в коллективе, практического анализа логики различно рода рассуждений, навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, научно-литературной и редакторской работы	частично	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, научно-литературной и редакторской работы <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вести дискуссию и полемику, научно-литературную и редакторскую работу <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, научно-литературной и редакторской работы

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Социальные роли и функции ПР в современном обществе	2	1-2	2	2		2	2/50%	
2	Подходы к изучению социокультурных эффектов PR-коммуникации	2	3-4	2	2		2	2/50%	
3	Современное мультикультурное общество: социальный, конфессиональный, политико-идеологический аспекты	2	5-6	2	2		2	2/50%	Рейтинг-контроль 1
4	Общая проблематика межконфессиональных отношений и концептуализация стратегии их исследования.	2	7-8	2	2		2	4/100%	
5	Межконфессиональное взаимодействие в поликультурном обществе	2	9-10	2	2		4	4/100%	
6	Социокультурные функции Public Relations в современном обществе и их взаимодействие с общественным мнением	2	11-12	2	2		4	4/100%	Рейтинг-контроль 2
7	Особенности организации межконфессиональной коммуникации	2	13-14	2	2		4	4/100%	
8	Механизмы влияния Public Relations на межконфессиональную коммуникацию	2	15-18	4	4		4	4/100%	Рейтинг-контроль 3
Всего за 1 семестр:				18	18		36	26/72%	зачет
Наличие в дисциплине КП/КР				18	18		36	30/72%	зачет
Итого по дисциплине				18	18		36	30/72%	зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Социальные роли и функции ПР в современном обществе

Основные предпосылки, причины и условия возникновения рекламы и связей с общественностью. Коммуникация как основа для возникновения рекламы и связей с общественностью. Факторы,

обусловившие возникновение коммуникации. Взаимосвязь общественных процессов и развития рекламы и связей с общественностью.

Исторические модели развития и расширения функций рекламы, связей с общественностью: пресс-посредническая модель, модель информирования общественности, двусторонняя асимметричная коммуникация, **двусторонняя симметричная коммуникация**. Эволюция PR: от политического лоббирования и пропаганды до самостоятельной сферы деятельности и отдельной функции менеджмента.

Реклама и PR представляют собой сложное переплетение когнитивно-коммуникативных, эмоционально-чувственных, ценностно-нормативных компонентов, объединенных в единую структуру.

Тема 2. Подходы к изучению социокультурных эффектов PR-коммуникации

Помимо прямого рекламного воздействия (через рекламные сообщения как таковые), допускается возможность косвенного рекламного эффекта, посредством влияния интересов рекламодателей на политику масс-медиа. Оба эти процесса являются предметом интенсивных споров в современном и зарубежном научном сообществе. Наибольшее число дискуссий по поводу прямого рекламного воздействия сконцентрировано на более непосредственных формах влияния. Специалисты сами склонны рассматривать эффект рекламной компании в его отождествления с ее экономической эффективностью. Отличительной чертой академических исследований является иное определение рекламы и концентрация внимания на воздействии рекламы на различные типы поведения. Этому было посвящено немало работ, однако последнее несколько лет наблюдается сдвиг исследовательских интересов: от изучения кратковременных эффектов рекламы к изучению более основательных, длительных и менее очевидных форм рекламного воздействия. Не так давно социальные исследователи начали изучать способы, которыми реклама структурирует и подкрепляет образцы социального потребления и стержневые ценности, на которые опирается. Коммуникативная революция как социальное явление. Причины коммуникативных революций. Сущностные характеристики и признаки коммуникативных революций. Характеристика коммуникативных революций.

Тема 3. Современное мультикультурное общество: социальный, профессиональный, политико-идеологический аспекты

Четыре основных типа мультикультурных обществ, у каждого из которых свое историческое происхождение и своя динамика. Это империи, существовавшие до эпохи современности; поселения в Новом Свете; колониальные и бывшие колониальные общества; наконец, постнациональное мультикультурное общество, характерное для современной Северной Америки, Океании и Западной Европы. До самого недавнего времени бóльшая часть Западной Европы была областью специфического культурного единообразия. Новый, сознательный мультикультурализм возник благодаря новому всплеску неоднородной по своему составу иммиграции, росту процессов самоутверждения и самосознания коренных народов Нового Света и американских негров, а также благодаря новым культурным движениям и феминизму и движению гомосексуалистов в США. Канада и Австралия приняли мультикультурную политику и соответствующие институты открыто и безоговорочно, а США и Западная Европа и лишь неявно и частично. Мультикультурализм и его эквиваленты всегда были и остаются политически противоречивыми и часто порождают направленные против них движения, ставящие своей целью защиту единой культуры.

Тема 4. Общая проблематика межконфессиональных отношений и концептуализация стратегии их исследования.

Взаимное социальное восприятие общественных групп - суть межгрупповое восприятие. Соответственно, сфера общественных отношений между конфессиями, где они являются субъектами

и объектами взаимовосприятия, определяется как межконфессиональное восприятие.

Религиозные общности в специфическом аспекте восприятия друг друга могут быть исследованы через акты экстерииоризации религиозных субъектов, поскольку социальное восприятие кодируется и раскодируется в знаковой форме. Данная связь делает возможной интерпретацию ответов.

Имеющиеся в арсенале социальной философии позиции и концепции взаимодействия культурных миров можно условно рассмотреть между двумя амбивалентными взглядами.

Комплекс субъективно-культурных интенций. Они включены в систему мировоззрения, несут в себе важнейшие ценности и образуют интересубъективные религиозные «жизненные миры». Религиозные ориентации проявляют себя как во внутреннем мире субъекта, так и в общественных отношениях. Религиозные ориентации эволюционируют и изменяются в контексте «духа эпохи», в современном обществе усиливается их субъективизация. Диссертант не склонен соглашаться с некоторыми суждениями по поводу «конструктивной субъективной духовности» и «деструктивной конфессиональности», поскольку конфессиональная культура предполагает не отрицание ее, а правильное прочтение и интерпретацию. Современная культура образовалась на основе традиционной религиозной культуры и немислима вне преемственной связи с ней.

Тема 5. Межконфессиональное взаимодействие в поликультурном обществе

Слово "конфессия" имеет латинское происхождение. В переводе на русский *confessio* означает "вероисповедание". Как правило, этот термин используют при определении какого-либо направления в рамках той или иной религии. Отсюда следует, что межконфессиональные отношения - это взаимодействие между конфессиями и религиями. И они немного отличаются от межрелигиозных.

Межэтническое расслоение и обособление, которые зачастую перерождаются в национальную непримиримость и нетерпимость. Все это, естественно, оказало негативное влияние на общество в целом. И для того чтобы сохранить необходимую прочность, государство должно заниматься гармонизацией межконфессиональных отношений, а основой гражданского общества российского государства должно стать признание поликультурного и полиэтнического построения нашей государственности. Опорой нам будет служить гибкая национальная политика и формирование межнациональных дружественных отношений.

Тема 6. Социокультурные функции Public Relations в современном обществе и их взаимодействие с общественным мнением

Современное положение феномена Public Relations в России отличается синтезом достижений PR-практики и ее научного, теоретического осмысления, появлением специализированных структур, профессионально занимающихся деятельностью в сфере Public Relations, научных школ, целой сети образовательных учреждений, ведущих подготовку по этой профессии. Следует отметить и консолидацию профессионального сообщества PR-специалистов, перешагнувшего во второе десятилетие своей деятельности. Все это свидетельствует о процессах становления в России Public Relations как особого социального института. По своей сути Public Relations являются порождением демократии, следствием развития гражданского общества, они в корне отличаются от такого атрибута тоталитаризма, как пропаганда. Основное различие между ними заключается в целях. Главная цель Public Relations - достижение согласия и гармонии. Что касается России, то начавшийся процесс перехода от тоталитаризма к демократии включал в себя демонтаж централизованного насильственного контроля над всей совокупностью межсубъектных отношений. Поэтому процесс становления социокультурного феномена Public Relations в России можно рассматривать с конца XX века.

Институализация Public Relations в России начала складываться в 1990-е гг. под влиянием как американского, так и европейского подходов. Как научная дисциплина и практическая деятельность она адаптируется в России с большими трудностями. При этом необходимо учитывать сложности ЭКОНОМИЧЕСКИХ, ПОЛИТИЧЕСКИХ, СОЦИАЛЬНЫХ процессов, снижение уровня жизни населения, противостояние различных ПОЛИТИЧЕСКИХ СИЛ, специфику национального состава россиян, исторические и культурные традиции.

Тема 7. Особенности организации межконфессиональной коммуникации
PR – управление всей совокупностью коммуникативных процессов с целью достижения взаимопонимания и поддержки.

Межкультурная коммуникация использует прежде всего достижения культурной антропологии и исследований коммуникативных процессов в обществе. Коммуникация может характеризоваться по тому, какой тип коммуникативной компетенции задействован в коммуникативном событии. Для социальной коммуникации это схемы и сценарии поведения в соответствующих обыденных ситуациях; для профессиональной коммуникации это сфера знаний, связанных с профессиональной деятельностью на рабочем месте. В отличие от указанных видов коммуникации, межличностная коммуникация опирается на индивидуальный опыт и возможна только при определенной степени его общности у участников общения. Исходя из этого, можно говорить и о разных функциональных сферах межкультурной коммуникации: межличностная, социальная, публичная, межгрупповая, профессиональная, массовая коммуникация и коммуникация внутри малых групп.

Изучение межкультурной коммуникации предполагает знакомство со следующими явлениями и понятиями: принципы коммуникации; основные функции культуры; влияние культуры на восприятие и коммуникацию в ее различных сферах и видах; параметры для описания влияния культуры на человеческую деятельность.

Тема 8 Механизмы влияния Public Relations на межконфессиональную коммуникацию
Основное предназначение коммуникационной системы в социуме – это осуществление взаимосвязи между жизненной средой и речевым поведением человека, т.е. система выступает здесь как доминирующий механизм, обеспечивающий актуализацию всех преобразований, «механизм интерактивного обмена человека с его природным, культурным и социальным окружением, опосредуемого социальной структурой и социальной инфраструктурой».

Современное общество пронизано коммуникативными сетями, в которых происходит радикальная субъективация реально действующих структур и институтов, характеризующаяся, с одной стороны - сложной дифференциацией сетевого социального неравенства, с другой – доминированием процесса индивидуализации. Происходит отказ от генерализованной субъективности в (т.е. макросоциальной идентичности в условиях партикулярного существования) пользу индивидуальной и групповой идентичности.

Содержание практических занятий по дисциплине

Практическое занятие № 1.

Социальные роли и функции ПР в современном обществе

ПЛАН

1. Основные предпосылки, причины и условия возникновения рекламы и связей с общественностью. Коммуникация как основа для возникновения рекламы и связей с общественностью. Факторы, обусловившие возникновение коммуникации. Взаимосвязь общественных процессов и развития рекламы и связей с общественностью.

2. Исторические модели развития и расширения функций рекламы, связей с общественностью: пресс-посредническая модель, модель информирования общественности, двусторонняя асимметричная коммуникация, двусторонняя симметричная коммуникация.
3. Эволюция PR: от политического лоббирования и пропаганды до самостоятельной сферы деятельности и отдельной функции менеджмента.
4. Реклама и PR как сложное переплетение когнитивно-коммуникативных, эмоционально-чувственных, ценностно-нормативных компонентов, объединенных в единую структуру.

Практическое занятие № 2.

Подходы к изучению социокультурных эффектов PR-коммуникации

ПЛАН

1. Возможность косвенного рекламного эффекта, посредством влияние интересов рекламодателей на политику масс-медиа.
2. Эффект рекламной компании в его отождествления с ее экономической эффективностью.
3. Кратковременные и долгосрочные эффекты рекламы
4. Способы, которыми реклама структурирует и подкрепляет образцы социального потребления и стержневые ценности, на которые опирается.
5. Коммуникативная революция как фактор усиления/ослабления социокультурных эффектов PR-коммуникации.

Практическое занятие № 3.

Современное мультикультурное общество: социальный, профессиональный, политико-идеологический аспекты

ПЛАН

1. Четыре основных типа мультикультурных обществ.
2. Импери, существовавшие до эпохи современности.
3. Поселения в Новом Свете.
4. Колониальные и бывшие колониальные общества.
5. Постнациональное мультикультурное общество, характерное для современной Северной Америки, Океании и Западной Европы.
6. Мультикультурализм и его эквиваленты.

Практическое занятие № 4.

Общая проблематика межконфессиональных отношений и концептуализация стратегии их исследования.

ПЛАН

1. Взаимное социальное восприятие общественных групп.
2. Межконфессиональное восприятие.
3. Акты экстерииоризации религиозных субъектов, поскольку социальное восприятие кодируется и раскодируется в знаковой форме.
4. Комплекс субъективно-культурных интенций.
5. Современная культура как сплав традиционных религиозных культур.

Практическое занятие № 5.

Межконфессиональное взаимодействие в поликультурном обществе

ПЛАН

1. "Конфессия" как профессиональный термин.
2. Взаимодействие между конфессиями и религиями.
3. Межэтническое расслоение и обособление.

4. Гибкая национальная политика и формирование межнациональных дружественных отношений.

Практическое занятие №6.

Социокультурные функции Public Relations в современном обществе и их взаимодействие с общественным мнением

ПЛАН

1. Современное положение феномена Public Relations в России.
2. Становление в России Public Relations как особого социального института. Институализация Public Relations в России.
3. Главная цель Public Relations-достижение согласия и гармонии.
4. Исторические и культурные традиции.

Практическое занятие № 7.

Особенности организации межконфессиональной коммуникации

ПЛАН

1. PR – управление всей совокупностью коммуникативных процессов с целью достижения взаимопонимания и поддержки.
2. Межкультурная коммуникация.
3. Типология коммуникативной компетенции.
4. Межличностная, социальная, публичная, межгрупповая, профессиональная, массовая коммуникация и коммуникация внутри малых групп.
5. Влияние культуры на восприятие и коммуникацию в ее различных сферах и видах.

Практическое занятие № 8-9.

Механизмы влияния Public Relations на межконфессиональную коммуникацию

ПЛАН

Основное предназначение коммуникационной системы в социуме.

Взаимосвязь между жизненной средой и речевым поведением человека.

Механизм интерактивного обмена человека с его природным, культурным и социальным окружением, опосредуемого социальной структурой и социальной инфраструктурой

Современные коммуникативными сети.

Современные характеристики коммуникации: сетевое социальное неравенство и доминирование процесса индивидуализации.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Социокультурное влияние PR-деятельности на межконфессиональную коммуникацию» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Интерактивная лекция (тема № 1,2);
- Лекция-презентация (тема № 5, 8);
- Групповая дискуссия (тема № 3,4);
- Анализ ситуаций (тема № 6).

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3)

Задания для рейтинг-контроля

Рейтинг-контроль 1

Контрольная работа

Примерные вопросы для контрольной работы:

1. Раскройте понятия «общение», «коммуникация», «социальная коммуникация», «речевая деятельность»?
2. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации?
3. В чем заключается коммуникативная функция информации?
4. Что такое обратная связь с аудиторией?
5. От чего зависит эффективность коммуникации?

Рейтинг-контроль 2

Контрольная работа

Примерные вопросы для контрольной работы:

1. Оцените характер межконфессиональной коммуникации в современной России
2. Оцените характер межконфессиональной коммуникации в современной Европе

Рейтинг-контроль 3

Контрольная работа

Примерные вопросы для контрольной работы:

1. Оцените эффективность PR-деятельности государственных институтов по организации межконфессионального диалога
2. Оцените эффективность PR-деятельности гражданского общества по организации межконфессионального диалога
3. Оцените эффективность PR-деятельности религиозных институтов по организации межконфессионального диалога

Примерный перечень вопросов для самостоятельной работы

Тема 1. Социальные роли и функции ПР в современном обществе

1. Общественность и общественное мнение как объекты ПР-деятельности
2. Основные этапы ПР-деятельности: исследование, проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики, действие, общение, оценка результатов и внесение корректировок.
3. СО и смежные специальности: сходства и различия

Тема 2. Подходы к изучению социокультурных эффектов PR-коммуникации

1. Связи с общественностью в различных сферах общественной жизни
2. Необходимость и возможности регулирования СО
3. Концепция государственной информационной политики

Тема 3. Современное мультикультурное общество: социальный, профессиональный, политико-идеологический аспекты

1. Социальные, экономические, политические и иные условия становления, развития и функционирования СО
2. Право как регулятор ПР-деятельности

Тема 4. Общая проблематика межконфессиональных отношений и концептуализация стратегии их исследования.

1. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность СО
2. Виды кодексов профессионального поведения ПР-специалиста
3. Профессиональный кодекс в области маркетинга Российской ассоциации маркетинга

Тема 5. Межконфессиональное взаимодействие в поликультурном обществе

1. Место и роль СО в жизнедеятельности современной организации
2. Основные организационные ПР-структуры
3. Функции ПР-структур

Тема 6. Социокультурные функции Public Relations в современном обществе и их взаимодействие с общественным мнением

1. СО как способ гармонизации отношений организации и социума
2. Становление межконфессиональной коммуникации в Европе и России. Современные тенденции развития межконфессиональной коммуникации.
3. Понятие коммуникации. Объект и предмет теории коммуникации. Междисциплинарный характер коммуникативного знания.

Тема 7. Особенности организации межконфессиональной коммуникации

1. Основные понятия теории коммуникации: коммуникация, общение, информация, информационный обмен. Законы коммуникации.
2. Основные элементы коммуникационного процесса.
3. Коммуникативные барьеры. Религиозные ценности и нормы как барьеры коммуникации

Тема 8 Механизмы влияния Public Relations на межконфессиональную коммуникацию

1. Контекст межконфессиональной коммуникации.
2. Культурная экспансия и культурная диффузия как формы межконфессиональной коммуникации.
3. Культурный конфликт как форма межконфессионального взаимодействия.

Примерные вопросы к зачету

1. Типы, виды, функции, средства коммуникаций
2. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
3. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.
4. Сущность и функции массовой коммуникации.
5. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.
6. Аргументация в коммуникативном процессе.
7. Понятие социологической доминанты коммуникации.
8. Информация как основной элемент коммуникативных систем.
9. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.
10. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации.

11. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть.
12. Понятие эффективности коммуникации.
13. Барьеры коммуникации и пути их преодоления.
14. Связи с общественностью (PR) как вид коммуникации.
15. Целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения в связях с общественностью.
16. Основные объекты PR -деятельности.
17. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность связей с общественностью.
18. Этика как метод регулирования СО. Этика личная, корпоративная и профессиональная.
19. Процесс влияния связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, виды и категории целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитория, журналисты как ключевая аудитория
20. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов.
21. Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ.
22. Виды рабочих мероприятий: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, прием, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность.
23. Виды документов: информационные имиджевые, корпоративные документы, реклама.
24. Становление межконфессиональной коммуникации в Европе и России. Современные тенденции развития межконфессиональной коммуникации.
25. Контекст межконфессиональной коммуникации.
26. Культурная экспансия и культурная диффузия как формы межконфессиональной коммуникации.
27. Культурный конфликт как форма межконфессионального взаимодействия.
28. Культурный релятивизм как методологическая основа межконфессиональной коммуникации.
29. Стили управления в современном социокультурном процессе.
30. Социально-политическая сфера социокультурного производства.
31. Образование, воспитание, их роль в воспроизводстве культуры, духовной жизни.
32. Стереотипы в межконфессиональной коммуникации. Причины и функции стереотипов.
33. Коммуникация и религия
34. Глобализация социокультурной действительности и ее влияние на межконфессиональное взаимодействие.
35. Информационное общество - процессы глобализации в духовной жизни людей
36. Проблема взаимопонимания и религиозной толерантности
37. Межконфессиональное восприятие в поликультурном обществе
38. Своеобразие межкультурного восприятия
39. Пути оптимизации межконфессиональных отношений
40. Межконфессиональные конфликты и пути их преодоления

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
Пивоваров Д.В., Социоцентрические религии / Д.В. Пивоваров - 139 с.- ISBN 978-5-9765-3209-0	М. : ФЛИНТА, 2017.		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976532090.html
Бехманн Г., Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Готтхард Бехманн - . - 248 с. - ISBN 978-5-98704-456-8	М. : Логос, 2017		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987044568.html
Дополнительная литература			
Войтов А.Г., Менталитет. Идеи, идеальное, идеология, идеократия, идейность / Войтов А.Г. - 392 с. - ISBN 978-5-394-03233-2	- М. : Дашков и К, 2019.		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394032332.html
Трохимчук Е.А., Постмодерн: общество, религия, культура / Трохимчук Е. А. - 106 с. - ISBN 978-5-9275-2432-7	Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2018.		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927524327.html

7.2. Периодические издания

НИР. Современная коммуникативистика // <http://www.naukaru.ru/journal/view/Sovremennaya-kommunikativistika>

7.3. Интернет-ресурсы

1. Prtime.RU : новости и события компаний [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.prttime.ru/>
2. ЭБС «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/>
3. ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
4. ЭБС «Znanium» <http://www.znanium.com/>
5. ЭБС «БиблиоРоссика» <http://www.bibliorossica.com/>
6. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы (указать необходимое).

Мультимедийная учебная аудитория 229, количество студенческих мест – 50, оснащение: доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «EB-1860», документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19.

Рабочую программу составил С.Ю. Соколова С.Ю. Соколова, доцент кафедры ЖРСО
Рецензент

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. Д.Е.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО
Протокол № 1 от 29.08.19 года Ж.В. Латышева
Заведующий кафедрой ЖРСО

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической
комиссии направления 47.04.03 «Религиоведение»
Протокол № 2 от 30.08.19 года Аринин Е.И.
Председатель комиссии

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2020/2021 учебный год
Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.20 года
Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____