

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)



А.А.Панфилов

« 30 » 08

2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИЯ В XXI ВЕКЕ

(Наименование дисциплины)

Направление подготовки: 47.04.03 «Религиоведение»

Профиль/программа подготовки: Управление коммуникацией 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)
3	3/108		24		57	Экзамен/27
Итого	3/108		24		57	Экзамен/27

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Коммуникация в XXI веке» является изучение студентами основных понятий и методологических принципов изучения коммуникации в современном обществе, а также координация данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области религиоведения, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачами курса являются:

- формирование у студентов способности соотносить профессиональные знания в области философии и широким спектром теоретических и практических проблем, связанных с коммуникацией;
- ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с различными группами общественности;
- с особенностями взаимодействия религии с современными социальными институтами.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникация в XXI веке» относится к вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Взаимодействие конфессий со СМИ», «Коммуникация в современных конфессиях», «Управление коммуникацией в многоконфессиональной среде» и т.п.

2. 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	частичное	Знать методы анализа и синтеза информации Уметь абстрактно мыслить; анализировать и обобщать полученную в ходе исследования информацию. Владеть способностью к абстрактному мышлению, анализу и синтезу
ОК-2	частичное	Знать механизмы поведения в нестандартной ситуации; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; социальные и этические нормы поведения Уметь нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; оказывать первую помощь в экстренных случаях; действовать в нестандартных ситуациях Владеть знаниями о последствиях принятых решений; навыками самостоятельной защиты при нестандартных ситуациях
ОК-3	частичное	Знать способы самоорганизации и развития своего интеллектуального, культурного, духовного, нравственного, физического и профессионального уровня Уметь находить недостатки в своем общекультурном и профессиональном уровне развития и стремиться их устранить Владеть навыками саморазвития, самореализации и использования своего творческого потенциала
ОПК-9	частичное	Знать основные понятия и термины, иметь представление о

		<p>составляющих категории убеждения, об основных чертах риторического идеала изучаемого языка; типы приема и передачи информации, классификацию целевых установок речи, типы логико-речевого доказательства; основные нормы современного русского языка в сфере профессионального общения.</p> <p>Уметь излагать устно и письменно свои выводы и наблюдения на русском языке; выступать перед аудиторией, выбирать эффективные стратегии и тактики общения с собеседниками и оппонентами; пользоваться словарями в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть навыками устной профессионально-ориентированной научной речи, навыками монологической речи и иными коммуникативными навыками</p>
ПК-13	частичное	<p>Знать требования, предъявляемые к публичной речи, аргументации, ведению дискуссий и полемики</p> <p>Уметь работать с научной литературой</p> <p>Владеть основными навыками педагогической и методической работы, межличностного общения и работы в коллективе</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Наименование тем/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	Возникновение и роль связей с общественностью в коммуникационной практике	3	1-3		4		4	2/50%	
2	Правовое обеспечение в коммуникационной практике. Профессиональная этика в СО. Профессиональные объединения в СО	3	4-6		4		4	2/50%	Рейтинг-контроль № 1
3	Особенности информационных потоков в различные эпохи	3	7-9		4		4	2/50%	
4	Основные каналы распространения информации	3	10-12		4		4	2/50%	Рейтинг-контроль № 2
5	PR-документы и средства изменения	3	13-15		4		4	2/50%	

	информационных потоков								
6	Специальные мероприятия в СО. Опосредованное воздействие на аудиторию	3	16-18		4		4	2/50%	Рейтинг-контроль № 3
	Всего за семестр	3			24		54	12/50 %	Экзамен/27
	Наличие в дисциплине КП/КР								
	Итого по дисциплине				24		57	12/50 %	Экзамен/27

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1. Возникновение и роль связей с общественностью в коммуникационной практике. Исторические корни связей с общественностью. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития СО как профессии и бизнеса. Сферы применения знаний и умений специалиста по СО. Краткая история развития СО. Генезис структур и моделей связей с общественностью.

Тема 2. Правовое обеспечение в коммуникационной практике. Профессиональная этика в СО. Профессиональные объединения в СО. Необходимость и возможности регулирования ПР-деятельности. Информационное общество и Россия. Концепция государственной информационной политики. Информационное право в России и за рубежом. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность связей с общественностью.

Тема 3. Особенности информационных потоков в различные эпохи. Сущность информационных потоков. Поведение информационных потоков в социокультурном пространстве. Влияние информационных потоков на формирование и становление современной массовой культуры. Системообразующая роль информационных потоков в развитии современной массовой культуры. Влияние модернизационных технологий на массовую культуру.

Тема 4. Основные каналы распространения информации. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов. Исследование зрительских и читательских симпатий и предпочтений.

Тема 5. PR-документы и средства изменения информационных потоков. Базовые PR-документы в отношениях со СМИ. Пресс-релиз. Информационное письмо (backgrounder). Фактическая справка (fact sheet). Биография. Заявление для прессы. Пресс-цит. Занимательная статья (feature). Случай из жизни (case story). Авторская статья (by-liner).

Тема 6. Специальные мероприятия в СО. Опосредованное воздействие на аудиторию. Виды рабочих мероприятий: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, прием, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность. Виды документов: информационные, имиджевые корпоративные документы, реклама. Презентационный буклет, годовой отчет, письмо акционерам, летопись фирмы, биография руководства, слайдовый видеофильм.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Коммуникации в XXI веке» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Групповая дискуссия (темы № 1-6);
- Тренинг (тема № 4, 5);
- Анализ ситуации (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).

Вопросы на рейтинг-контроль № 1

Контрольная работа «Методы социологических исследований при определении целевой аудитории».

Вопросы на рейтинг-контроль № 2

Контрольная работа «Анализ исторических причин появления профессии PR технолога в разных странах».

Вопросы на рейтинг-контроль № 3

Контрольная работа «Взаимосвязь PR -служб с общественностью в коммерческой и государственной сферах»

Вопросы для самостоятельной работы

1. Появление термина «пропаганда» первоначальное и современное значение?
2. В какой период истории начинает изучаться общественное мнение. Причины?
3. Что такое общество, общность и общественность?
4. Отличие целевой аудитории от ключевой аудитории ?
5. Основные принципы работы «разгребатслен грязи».
6. Из каких элементов состоит медиа-карта⁹ Каково ее' назначение?
7. Проблема эффективности размещения рекламы.
8. Исторические корни связан с общественностью.
9. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития СО как профессии и бизнеса.
10. Подходы к определению эффективного размещения рекламы..
11. Краткая история развития СО. Генезис структур и моделей связей с общественностью.
12. Максимизация объема целевой аудитории при заданном бюджете.
13. Возможности СО в социальной сфере..
14. Что такое «псевдособытия»?
15. Минимизация затрат на размещение при заданном объеме целевой аудитории В каких случаях используется в СМИ статья-опровержение?
16. Какие правила коммуникационных и информационных кампаний в СМИ?
17. Интегральная эффективность рекламной кампании?
18. Структура отдела по связям с общественностью
19. Преимущества и недостатки газет как канала рекламы, анализ печатной и наружной рекламы.
20. Основные объекты PR-деятельности Вопросы для зачета.

Примерный перечень вопросов на экзамен

1. Правила разработки коммуникационных кампаний в СМИ.
2. Стратегии представления текстов на рынке рекламы.
3. Этапы восприятия информации.
4. "Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность связей с общественностью.
5. Инструменты проверки обратной связи.
6. Перцептивная эффективность

7. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ. мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов.
8. Особенности использования диаграммы Ганта
9. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ
10. Особенности работы пресс-секретаря, пресс-агента, специалиста по СО.
11. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ. мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов.
12. Принципы составления Медиа-программы.
13. Функции PR специалиста при работе с каналами СМИ.
14. Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря.
15. Массово - коммуникационные эффекты особенности и принципы использования в PR
16. Исследования аудитории как начало анализа поведенческих факторов.
17. Виды рабочих мероприятий: новостной повод, презентация, пресс-конференция. выставки, прием, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность.
18. Виды документов: информационные имиджевые, корпоративные документы. реклама.
19. Принципы создания рекламных сообщений для наружной рекламы, телевидения и радио.
20. Исследования в области связей с общественностью:
21. Метод Старча.
22. Методика формирования медиа-досье.
23. Контент-анализ как метод исследований в СО.
24. Международные и государственные документы регламентирующие деятельность PR структур
25. Дискурсионный подход в рассмотрении текстов .
26. Опыт софистов в PR практиках.
27. Роль коллективных настроений при рассмотрении массово-коммуникационных эффектов
28. Первые «пресс агенты».
29. Псевдособытия.
30. Опыт Ф.Варнума в работе со СМИ.
31. Коммулятивный эффект в работе с общим охватом
32. Исторические корни связей с общественностью
33. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития СО как профессии и бизнеса.

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			

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М.В. Акулич - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.	2016		http://znanium.com/catalog/product/541640
2. Конверсия. Как превратить лиды в продажи: Справочное пособие / Смит К. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 280 с.	2017		http://znanium.com/catalog/product/1002554
3. Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с.	2019		http://znanium.com/catalog/product/989631
4. Интернет-технологии: Учебное пособие / Гуриков С.Р. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 184 с.	2015		http://znanium.com/catalog/product/488074
5. Горелов, А. А. История мировых религий [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Горелов. - 6-е изд., стереотип. - М. : Флинта, 2016. - 360 с.	2016		http://znanium.com/catalog/product/1018003
6. Государственная власть в социокультурной организации современного общества: теоретико-методологические аспекты политико-правовой трансформации : монография / А.Ю. Мамычев. — М.: РИОР : ИНФРА-М 2019. - 290 с.	2019		http://znanium.com/catalog/product/1010791
Дополнительная литература			
1. Выбираем лучший бесплатный движок для сайта. CMS Joomla! и Drupal: Практическое руководство / Колисниченко Д.Н. - СПб: БХВ-Петербург, 2010. - 288 с.	2010		Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/351459
2. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила: Учебное пособие / Умаров М.Ю. - М.: Альпина Пабли., 2016.	2016		http://znanium.com/catalog/product/911712
3. Интернет-реклама:			http://znanium.com/catalog/

Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2012. - 168 с.	2012		g/product/337799
4. Религиозные традиции мира: христианство, Иудаизм, ислам: Учебное пособие / Михайлова Л.Б. - М.: Прометей, 2013. - 288 с.	2013		http://znanium.com/catalog/product/536531
5. Мечковская, Н.Б. История языка и история коммуникации : от клинописи до Интернета : курс лекций по общему языкознанию / Н.Б. Мечковская. — 2-е изд. испр. — Москва : Флинта, 2016. - 584 с.	2016	1	http://znanium.com/catalog/product/1037630

7.2. Периодические издания

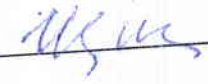
1. Коммуникология - международный научный журнал
(<https://www.communicology.us/>).
2. Пиар в России - всероссийский научно-популярный журнал.
3. Советник - журнал о связях с общественностью и рынке PR.
4. Журнал «Служба PR» - журнал адресован работникам пресс-служб, отделов по связям с общественностью государственных и коммерческих структур, специалистам консалтинговых фирм.
5. Журнал «Пресс-служба» - журнал для пресс-секретарей, руководителей пресс-служб и специалистов по связям с общественностью.
6. Электронный журнал по маркетингу. Включает темы брендинга, рекламы, PR, продаж, открытую библиотеку исследований. (<http://www.4p.ru>).
7. Социс - ежемесячный научный и общественно-политический журнал Российской Академии наук (<http://socis.isras.ru/>)

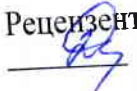
7.3. Интернет-ресурсы

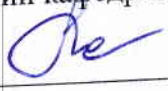
1. Тематический портал «Адвертология – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. (<http://www.advertology.ru>)
2. Портал «Брендинг.Ру» - информационные и аналитические статьи ведущих зарубежных и российских практиков брендинга. (<http://www.branding.ru>)
3. Интернет-сайт газеты «PR-news», созданный для специалистов по связям с общественностью, рекламе и журналистики. (<http://www.pr-news.spb.ru>)


8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Практические/лабораторные работы проводятся в аудитории 229-3.

Рабочую программу составил доц. Щитко В.С. 

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


Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО
Протокол № 1 от 29.08.2019 года
Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 42.03.01 «Философии и религиоведения»
Протокол № 2 от 30.08.2019 года
Председатель комиссии Аринин Е.И. 

**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 _____