


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФИО: Силин Яков Петрович ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 11.06.2026 10:14:05  
Уникальный программный ключ: 24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

05.12.2025 г.  
протокол № 15  
Зав. кафедрой Рахмеева И.И.

**Утверждена**  
Советом по учебно-методическим  
вопросам и качеству образования  
16 декабря 2025 г.  
протокол № 4  
Председатель  Карх Д.А.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Теория коммуникаций и связи с общественностью
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и реклама
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2026
Разработана:	
Доцент, к.с.н.	
Клейменов М.В.	

Екатеринбург  
2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>3</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН</b>	<b>5</b>
<b>6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ</b>	<b>6</b>
<b>7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>8</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	<b>11</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>11</b>
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>12</b>
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>13</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования- бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)
---------	--

### 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ознакомление студентов с ведущими теоретическими направлениями исследований в области массовой коммуникации и формирования потребностей организации коммуникации общественностью, формирование представления об истории развития основных научных направлений массовой коммуникации и связей с общественностью. Курс нацелен на формирование фундаментальных теоретических знаний студентов в области массовой коммуникации и связей с общественностью.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 8						
	36	4	4	0	32	1
Семестр 9						
Экзамен	108	20	8	12	79	3
	144	24	12	12	111	4

### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии с ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
информационно-аналитический	

<p>ПК-4 Формирование предложений по совершенствованию маркетинговой политики</p>	<p>ИД-1.ПК-4 Знать:          Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики          Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг          Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях, Методы, инструменты и цифровые технологии оценки клиентского опыта          Основы маркетинга услуг, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга</p> <p>ИД-2.ПК-4 Уметь:          Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга          Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков          Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования, Выполнять основные операции по поиску информации          Создавать и воспроизводить видеоролики, презентации, слайд-шоу, медиафайлы          Проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий          Давать рекомендации по разработке новых продуктов, решающих проблемы клиентов          Давать рекомендации по улучшению качества обслуживания</p> <p>ИД-3.ПК-4 Иметь практический опыт:          Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований          Формирование предложений по совершенствованию товарной политики          Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики          Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж          Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>
<p>организационно-управленческий</p>	
<p>ПК-5 Обеспечение соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки</p>	<p>ИД-1.ПК-5 Знать:          Основы маркетинговых коммуникаций, в частности инструменты продвижения, реклама, связи с общественностью, спонсоринг, интернет-маркетинг          Инструменты тайм-менеджмента Технологии ведения переговоров</p>

ПК-5 Обеспечение соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки	ИД-2.ПК-5 Уметь: Выстраивать эффективные взаимодействия с подразделениями организации для достижения целевых результатов проекта торгово-промышленной выставки. Согласовывать интересы и убеждать представителей ключевых игроков отрасли экономики, в рамках которой организуется торгово-промышленная выставка, партнеров, спонсоров принимать участие в мероприятиях, направленных на продвижение проекта торгово-промышленной выставки. Использовать события, происходящие в время организации торгово-промышленной выставки,
	ИД-3.ПК-5 Владеть навыками (трудовые действия): Формирование рекомендаций для работников/подразделений организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственных за маркетинг, по разработке бренд-кодов и стратегии продвижения торгово-промышленной выставки Координация взаимодействия структурных подразделений организации по вопросам разработки и реализации мероприятий маркетингового плана торгово-промышленной выставки Контроль соответствия реализуемого плана мероприятий по продвижению торгово-промышленной выставки миссии и целям торгово-промышленной выставки, а также соглашениям, достигнутым с партнерами, спонсорами, участниками отдельных категорий Заключение соглашений о сотрудничестве в сфере продвижения торгово-промышленной выставки со средствами массовой информации (совместно с работниками/подразделениями организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственными за маркетинг)

## 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Все го часов	Лекции	Лабораторные		
Семестр 8		4					
Тема 1.	Введение в теорию коммуникаций и связи с	4	1			3	
Семестр 8		25					
Тема 2.	Школы и направления исследования коммуникаций	25	2			23	
Семестр 8		7					
Тема 3.	Конкретно-научные подходы к изучению коммуникации (ПК-4)	7	1			6	

Семестр 9		19				
Тема 4.	Связи с общественность как отрасль знания. Генезис развития	19	3		5	11
Семестр 9		13				
Тема 5.	Современное состояние связей с общественностью (ПК-4)	13	1			12
Семестр 9		32				
Тема 6.	Работа с документами в связях с общественностью. Мероприятия в СО(ПК-5)	32	4			28
Семестр 9		35				
Тема 7.	Интернет-коммуникации в СО	35			7	28

### 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
1-2	Тест	21 вопрос	1 вопрос=1 балл 11 баллов-минимум
4-5	Тест	35 вопросов	1 вопрос=1 балл 18 баллов-минимум
6-7	Эссе	Письменная	20 баллов
Промежуточная аттестация(Приложение 5)			
9 семестр(Эк)	Билеты	В билете по два теоретических вопроса и одно практическое задание	Отлично ставится при решении всех заданий, Хорошо -ответ только на вопросы, Удовлетворительно - ответ на один из двух вопросов

## ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответаи т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

## 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Введение в теорию коммуникаций и связи с общественностью (ПК-4) Введение в дисциплину</p>
<p>Тема 2. Школы и направления исследования коммуникаций (ПК-4) Школы и направления исследования коммуникаций: исторически первые направления Школы и направления исследования коммуникаций: методика исследований и применимость в современности</p>
<p>Тема 3. Конкретно-научные подходы к изучению коммуникации (ПК-4) Технократический подход к изучению коммуникации Интеракционные теории коммуникации</p>
<p>Тема 4. Связи с общественностью как отрасль знания. Генезис развития СО (ПК-4) Связи с общественностью как отрасль знания</p>
<p>Тема 5. Современное состояние связей с общественностью (ПК-4) Современное состояние связей с общественностью</p>
<p>Тема 6. Работа с документами в связях с общественностью. Мероприятия в СО (ПК-5) Работа с документами в связях с общественностью</p>

### 7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 7. Интернет-коммуникации в СО (ПК-5) Интернет-коммуникации в СО Особенности СО в интернет. Способы коммуникации в интернет. Электронные коммуникации в организации</p>
--

### 7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 2. Школы и направления исследования коммуникаций (ПК-4) Чикагская школа, Структурный функционализм, торонтская школа, франкфуртская школа, британские центры изучения массовой коммуникации 1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками  Сравнение методик классических школ</p>
---

<p>Тема 3. Конкретно-научные подходы к изучению коммуникации (ПК-4)</p> <p>Теория информационного общества, подход Г.М.Маклюэна, теория К.Шеннона и У.Уивера, математическая теория коммуникации</p> <p>Интеракционистский подход Т. Ньюкомба, символический интеракционизм Г. Блумера и Г. Мида, этнометодология Г.Гарфинкеля, драматургический подход И.Гофмана, Теория межкультурного содержания коммуникации Э.Холла, теория «лица» (идентичности) в переговорах, предложенная С.Тинг-Туми, теории коммуникации в психологии, социологии, экономике, сложившиеся в XX веке</p> <p>1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками</p>
<p>Тема 4. Связи с общественностью как отрасль знания. Генезис развития СО (ПК-4)</p> <p>Предпосылки возникновения связей с общественностью. Развитие связей с общественностью в США. Развитие связей с общественностью в Европе. Развитие связей с общественностью в России</p> <p>1. Ознакомление с понятийным аппаратом, методическими материалами, рекомендованными теоретическими источниками</p>
<p>Тема 5. Современное состояние связей с общественностью (ПК-4)</p> <p>Этические кодексы в рамках профессии. Подготовка специалистов по связям с общественностью. Организация связей с общественностью в коммерческом, государственном и некоммерческом секторах</p>
<p>Тема 6. Работа с документами в связях с общественностью. Мероприятия в СО (ПК-5)</p> <p>Основные требования к документам в СО, основные виды внутренних и внешних документов, основные виды документов в СО</p> <p>Мероприятия в СО</p> <p>Основные мероприятия в СО: требования к ним, правила организации и проведения</p>
<p>Тема 7. Интернет-коммуникации в СО (ПК-5)</p> <p>Технологии СО в интернет. Эффективность коммуникаций в интернет. Проведение онлайн мероприятий по СО</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ  
Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося  
материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы  
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы  
Не предусмотрено

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

### ***По заявлению студента***

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Сайт библиотеки УрГЭУ**

<http://lib.usue.ru/>

**Основная литература:**

2. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс]:учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2024. - 231 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/536707>

3. Фадеева Е. Н., Сафронов А. В., Красильникова М. А. Связи с общественностью[Электронный ресурс]:учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2024. - 263 – Режимдоступа: <https://urait.ru/bcode/535833>

#### **Дополнительная литература:**

2. Бузни Е. Н. История связей с общественностью:учебное пособие для студентов вузов,обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью". - Москва:Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 192

3. Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С. Интегрированные маркетинговыекоммуникации [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: Издательский Центр РИО♦, 2022.- 171 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1856787>

### **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **Перечень лицензионного программного обеспечения:**

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

#### **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

**Курс лекций профессора В.Кашкина по теории коммуникации [Электронный ресурс].**

<http://kachkine.narod.ru>

**Библиотека УрГЭУ**

<http://lib.usue.ru/>

**Электронная библиотека РИНЦ**

[elibrary.ru](http://elibrary.ru)

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

### 7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

1. Предмет и основные понятия теории информационного общества.
2. Основные теории и концепции, относящиеся к информационному обществу.
3. Основные характеристики информационного общества.
4. Особенности социального, экономического, политического и культурного развития в информационном обществе.
5. Возможности и проблемы информационного общества.
6. Глобальный, национальный и региональный контекст формирования информационного общества.
7. Объект и предмет теории массовых коммуникаций
8. Соотношение предмета теории массовых коммуникации с предметными областями смежных наук.
9. Основные методологические подходы в теории массовых коммуникаций
10. Виды и типы социальных коммуникаций: методологические подходы и основные классификации.
11. Модель социальной коммуникации Шеннона-Вивера
12. Модель социальной коммуникации Вестли-Маклина.
13. Модель социальной коммуникации Ньюкомба.
14. Трансакционная модель социальной коммуникации.
15. Семиотический подход: общая характеристика. Объект и предмет семиотики социальной коммуникации.
16. Современные концепции коммуникации.
18. Особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
19. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации
20. Массовая коммуникация как социальное явление и процесс. Основные виды текстов массовой коммуникации
21. Теоретические основы массовой коммуникации
22. Структура системы массовой коммуникации
23. Особенности компонентов структуры массовой коммуникации
24. Социальные и социально-психологические функции массовой коммуникации
25. Показатели эффективности воздействия массовой коммуникации
26. Исследования воздействия СМК в современных условиях
27. Понятие и сущность прагматического подхода к изучению массовой коммуникации
28. Факторы воздействия массовой коммуникации
29. Современные подходы к исследованию эффектов массовой коммуникации
30. Типология социальных эффектов массовой коммуникации и их показатели
31. Общая характеристика и направления исследований воздействия массовой коммуникации
32. Паблик рилейшнз как институт управления коммуникативными процессами
33. Технологии организации социального взаимодействия через глобальные информационные сети
34. Принципы организации общения в мировой компьютерной сети. Интернет. Рунет
- 35 Контекст возникновения связей с общественностью (PR) в России.
36. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России. Основные подходы к определению PR.
37. Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом.
38. Определение PR – деятельности.

39. Сферы применения PR.
40. Формы подачи новостных материалов и организация PR-коммуникаций.
41. Речи, их написание и произнесение.
42. Выступления на радио и телевидении.
43. Пресс-релиз.
44. Пресс-конференция.
45. Презентация.
46. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации.
47. Менеджмент новостей. Профессия “спин-доктор”.
48. Механизмы управления новостной информацией.
49. Приемы конструирования новостной информации.
50. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала

**7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену**

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
<i>Задания закрытого типа</i>			
1		Соотношение PR и пропаганды: а) это одно и то же б) пропаганда — часть PR в) PR — часть пропаганды г) это разные типы работы с общественностью	ПК-4
2		Первые представления о связях с общественностью зародились в ... а) Англии б) США в) Франции г) России	ПК-4
3		Сэм Блэк..... а) автор фундаментальных трудов по public relations б) советник по public relations президента США Джорджа Буша-младшего в) торговая марка, под которой продаются различные продуктовые товары г) известный экономист	ПК-4
4		Цель PR ..... а) реклама фирмы и ее услуг б) согласие организации с ее общественностью в) повышение прибылей организации г) создание эффективного канала воздействия на социум	ПК-4
5		Последовательность возникновения моделей коммуникации: в. двусторонняя ассиметричная б. журналистская а. манипулятивная	ПК-4

		г. двусторонняя симметричная	
		Преимущество писем и почтовых рассылок заключается а) имиджевом оформлении; б) быстрых сроках доставки; в) сохранности «товарного вида»; г) бережном отношении получателя.	ПК-5
		Один из популярных приемов ПР-акции в СМИ: а) организованная «утечка информации»; б) хвалебные характеристики; в) реклама; г) аналитическая статья	ПК-5
		Коммуникация, обеспечивающая единство, сплоченность и консолидацию в обществе, называется: а) синхронической; б) диахронической; в) вертикальной; г) иерархической.	ПК-5
		Интенсивность как характерный признак общественного мнения отражает: а) общую качественную оценку проблемы; б) силу общественного мнения; в) длительность времени; г) объем знаний об объекте мнения	ПК-5
		В определении СМИ как «четвертой власти» отражается их ведущая роль в: а) количестве информационных средств; б) широте охвата публики; в) формировании общественного мнения; г) структуре бизнеса	ПК-5
<i>Задания открытого типа</i>			
1		Какие вербальные средства коммуникации могут быть применены в сети Интернет?	ПК-4
2		Какой документ является основополагающим для	ПК-4

		становления связей с общественностью?	
3		Какие средства коммуникации человек может применить про гибридном взаимодействии (реальности и Интернете)?	ПК-4
4		Перечислите основные помехи (шумы) при коммуникации в сети Интернет?	ПК-4
5		Дайте определение термину «межкультурная коммуникация»?	ПК-4
		Перечислите невербальные средства коммуникации, которые вы будете использовать на рабочем месте.	ПК-5
		Какие методы манипуляции могут быть использованы при переговорах?	ПК-5
		Какие специальные мероприятия могут быть проведены при установлении переговоров?	ПК-5
		Перечислите основные элементы коммуникативного процесса.	ПК-5
		В чем специфика формирования имиджа территорий?	ПК-5