

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Основы теории коммуникации
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 144 (4)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций (ПКО-3).

Задачи дисциплины:

формирование знаний:

- каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями;
- технику сегментирования аудиторий;
- методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации;
- специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий;
- методы анализа среды для коммуникации;

формирование умений:

- проводить соцопросы, мониторинг СМИ, контент-анализ, SWOT-анализ,
- анализировать эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними;

формирование навыков:

- проведения соцопросов, мониторинга СМИ, контент-анализа, SWOT-анализа,
- анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Процесс и структура коммуникации;
- Модели коммуникации различных семиосфер;
- Различные виды и формы коммуникации;
- Основные стратегии и тактики, наиболее эффективные в разных видах коммуникации;
- Психологические основы коммуникации;
- Вербальные и невербальные коммуникации;
- Коммуникативное поведение и коммуникативная ситуация

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения курсов «Основы рекламной коммуникации», «Копирайтинг» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Связи с общественностью и реклама, участвующих в формировании соответствующих компетенций

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПКО-3	ИД-1ПКО-3	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; 	<p>Знает системы стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.); каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; технику сегментирования аудиторий; методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; методы анализа среды для коммуникации; принципы и технологии взаимодействия со СМИ и другими каналами коммуникации;</p>	Экзамен
ПКО-3	ИД-2ПКО-3	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> проводить соцопросы, мониторинг СМИ, контент-анализ, анализировать эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними 	<p>Умеет определять и анализировать систему стейкхолдеров компании, их влияния на компанию (на стратегию, коммуникацию и пр.);</p>	Индивидуальное задание
ПКО-3	ИД-3ПКО-3	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> проведения соцопросов, мониторинга СМИ, контент-анализа, анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними 	<p>Владеет навыками анализа среды для коммуникации и работы с постоянно меняющейся средой; формирования коммуникационной среды организации; проведения соцопросов, фокус-групп, мониторинга СМИ, анализа конкурентной среды, экспертных интервью, контент-анализа, SWOT-анализа, анализа оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта, обобщенных характеристик аудитории сайта; анализа эффективности</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
			коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними.	

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)	18	18	
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 1. Предмет и задачи курса	1	0	0	3
Теория коммуникации как теоретическая и прикладная дисциплина. Теория коммуникации в контексте других наук: философия, антропология, социология, психология, семиотика, конфликтология, НЛП, культурология, мифология, этнология, теория литературы, фольклористика, риторика, поэтика, прагматика, герменевтика, паралингвистика, психоллингвистика и др. Из истории изучения коммуникации. Внешние и внутренние предпосылки развития теории коммуникации. Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Основные этапы развития коммуникативной теории.				
Тема 2. Эволюция социальной коммуникации	1	0	2	2
Биологические и социальные коммуникации. Инстинктивные основы коммуникации. Технологические и социальные революции как факторы изменения в средствах и функциях массовой коммуникации. Письмо и книгопечатание как главные события в истории коммуникации и как факторы ускорения информационных, технологических и социальных преобразований. Формы коммуникации в бесписьменном обществе. Письменность как условие информационно-интеллектуальной дифференциации общества и развитие индивидуального творчества. «Гуттенбергов пресс» как первая предпосылка массовой коммуникации. Технологическая детерминированность СМК. Динамика развития информационных процессов: буквенно-звуковое письмо (5 тыс. лет назад); книгопечатание (1453), телефон (1876); кино, радио, телеграф (1895); компьютер (1942); транзистор (1947); цветное телевидение (1951); видеодиски (1978); интернет. Тип общества и коммуникация. Традиционные, индустриальные и постиндустриальные коммуникации.				
Тема 3. Модели коммуникации	1	0	2	2
Базовые модели коммуникации: Г. Лассуэлла, Шеннона-Увивера, Т. Ньюкома, Осгуда-Шрамма и др. Модели воздействия и распространения информации: двухступенчатая и многоступенчатая модели массовой коммуникации. Модели убеждения: МакГайра, Фишбейна-Айзена, инструментальная теория убеждения (Ховланд, Джанис и Келли), Келмана. Модели в сфере PR: агентство по связям с прессой / паблисити, общественно значимая информация, двусторонняя асимметрия, двусторонняя симметрия. Модель				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
интегрированных коммуникаций.				
Тема 4. Методы анализа содержания коммуникации	2	0	2	4
Содержание информации и методика его анализа. Развитие индустрии информации как предпосылка появления метода анализа содержания. Методы исследования содержания и понимания в коммуникации. Контент-анализ. Мотивационный анализ. Семиотический анализ. Прагматический анализ. Структурный анализ. Когнитивное картирование и оперативное кодирование. Нарративный анализ. Ролевой анализ. Дис-курс-анализ.				
Тема 5. Основы типологии коммуникации	2	0	0	3
Основные виды коммуникации: 1) по фактору адресата: внутриличностные (автокоммуникации)/ межличностные (групповые, массовые); ориентированные/ неориентированные; монологические/ диалогические; «холодные»/ «горячие» (М.Маклюэн); 2) по фактору кода: гомогенные/ гетерогенные (синкретичные); вербальные/ невербальные (аудиальные, кинестетические, визуальные, перформансные (событийные, ритуальные); устные/ письменные; мифологические, символические, художественные; 3) по фактору источника: одноканальные/ многоканальные; печатные/ электронные; первичные/ вторичные; официальные/ неофициальные; двухступенчатые/ одноступенчатые; 4) по характеру воздействия: иерархические/ демократические; убеждающие/ суггестивные; гармонизирующие/ агональные; 5) по фактору пространства: локальные/ универсальные; внутрикультурыне/ межкультурные; внутренние/ внешние; 6) по фактору времени: высокоинтенсивные/ низкоинтенсивные; стратегические/ тактические; 7) по фактору вида деятельности: политические, деловые, рекламные, психотерапевтические, информационные и пр.; 8) по статусным ролям: вертикальные/ горизонтальные; 9) по цели: познавательная, убеждающая, экспрессивная, суггестивная, ритуальная; 10) по социодемографическим факторам: гендерные, возрастные, элитарные/народные, городские/сельские				
Тема 6. Коммуникативное поведение	1	0	2	3
Коммуникативное поведение: понятие и структура. Понятие «коммуникативное поведение». Модель описания коммуникативного поведения: 1) ментальность; 2) доминантные особенности				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
общения; 3) вербальное коммуникативное поведение; 4) невербальное коммуникативное поведение; 5) национальный символизм. Нормы коммуникативного поведения (общекультурные, ситуативные, индивидуальные). Коммуникативные табу (жесткие и мягкие; речевые и тематические). Коммуникативные императивы (жесткие и мягкие). Ненормативное коммуникативное поведение. Инвективные формы коммуникации. Доминантные особенности общения русскоязычных коммуникаторов.				
Тема 7. Коммуникативная личность. Эффективный коммуникатор	2	0	2	3
Понятие «коммуникативная личность». Параметры коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный, функциональный). Мотивационный параметр: коммуникационные потребности, псевдокоммуникация, (видимость общения, игра в общение), коммуникативная установка. Когнитивный параметр: знание коммуникативных кодов, умение осуществлять интроспекцию (самонаблюдение) и ауторефлексию (самоосознание), метакоммуникативные навыки, способность адекватной оценки когнитивного и коммуникативного горизонта партнера-коммуниканта, мифы, предрассудки, стереотипы, верования. Функциональный параметр: коммуникативная компетентность индивида: 1) практическое владение вербальными и невербальными средствами; 2) умение варьировать коммуникативные средства в процессе коммуникации в связи с изменением ситуации и условий общения; 3) построение дискурса в соответствии с нормами кода и правилами этикета. Коммуникативные навыки: 1) уметь эффективно формировать коммуникативную стратегию; 2) уметь эффективно пользоваться разнообразными тактическими приемами коммуникации; 3) уметь эффективно представлять себя (или свою компанию) как участника коммуникативного процесса.				
Тема 8. Барьеры коммуникации	2	0	2	2
Коммуникативные барьеры: дискомфорт физической среды; инерция включенности (антипатия к чужим мыслям, стереотипизированность сознания, амбициозность); языковой (различие лексикона); профессиональное неприятие (некомпетентное вторжение коммуникатора в профессиональную сферу коммуниканта); неприятие имиджа коммуникатора (Шепель В). В психологии:				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
фонетический; семантический; стилистический; логический. В теории коммуникации: (1) среда (внешние условия): акустические помехи, отвлекающая окружающая обстановка, температурные условия, погодные условия и пр.; (2) технические средства коммуникации (искажение или прерывание сигнала; использование техники связи – отсутствие навыков работы с соответствующей техникой, ошибка в адресе электронной почты и пр.; неправильный выбор технического средства для передачи сообщения и др.), (3) коммуниканты. Барьеры коммуникантов: (1) физиологические (артикуляция, глухота, потеря зрения и пр.), (2) психологические (связанные с безличными механизмами социально-психологического взаимодействия и взаимовлияния людей друг на друга (стереотипы), с личностными особенностями коммуникантов (Парыгин Б.Д.). Функции психологического препятствия и психологической защиты; (3) социокультурные (феномене «группового (общественного) сознания»: этнос, класс, социальная или лингвокультурная группа, религиозная конфессия, профессиональное сообщество, демографическая группа и пр.).				
Тема 9. Психологические основы коммуникации	0	0	2	2
Определение психологического типа собеседника как условие эффективной коммуникации. Понятие «психотип». Функциональная асимметрия мозга и типы коммуникатора. Основные типы коммуникабельности: доминантный; мобильный; ригидный; интровертный коммуникант. Сенсорная типология собеседника: полимодальный; визуальный; аудиальный; кинестетический. Эго-состояние собеседника (Э.Берн): родитель (Эго) (критический; кормяще-заботливый); взрослый (Сверх-Эго); ребенок (Либида) (приспосабливающийся; естественный). Психологическая подстройка.				
Тема 10. Моделирования аудитории в коммуникации	0	0	2	2
Моделирования аудитории в коммуникации (И.А.Стернин). Социально-демографический паспорт аудитории. Типы аудитории и специфика структурирования речи. Коммуникативные стратегии и тактики. Учет профессиональных и национальных особенностей аудитории. Аудитория по составу: гомогенная - синкретичная. Аудитория по численности: большая – небольшая. Аудитория по уровню подготовленности: хорошо подготовленная – подготовленная –				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
малоподготовленная. Аудитория по настроенности: индифферентная – позитивно – негативно настроенная. Аудитория по гендерному признаку: мужская - женская. Аудитория по возрастному признаку: детская – молодежная – среднего – старшего возраста. Однородность и разнородность аудитории. Конвенциональность аудитории.				
Тема 11. Теории элит. Теория лидерства. Основные стили лидерства	1	0	0	4
Теории элит (В. Парето, Г. Моска, Р. Михельс, А. Тойнби, К. Маннгейм): биологическая, психологическая, техническая, функциональная, распределительная, художественно-творческая (интеллектуальная) теории. Массовое сознание, элита и лидерство. Лидер мнения в массовой коммуникации. Лидерство. Теории лидерства. Типология авторитета М. Вебера. Теория «черт». Основные характеристики лидера. Ситуационная теория (Ф. Фидлер). Теория определяющей роли последователей. Реляционная теория. Теория лидерских ролей (Р. Бейлс). Харизматическая теория. Синтетическая (комплексная) теория лидерства. Имиджевая типология лидера: биологический, коммуникативный, социальный, мифологический, профессиональный, контекстный (Г. Г. Почепцов). Лидер и руководитель. Функции лидера (Ф. Фиберт, К. Руде-стам, С. Шапиро). Нарциссизм и агрессия как аддикативность к власти (Г. Никарти, Н. Готлиб, С. Коффман). Формальное/ неформальное лидерство. Факторы успешного лидерства Престиж и авторитет в лидерстве. Факторы, способствующие развитию и потере авторитета. Модель формирования авторитетного лидера (Дж. П. Кенджеми). Основные стили лидерства. Мужской и женский стили лидерства. Связь лидерства с управлением персоналом.				
Тема 12. Теория харизмы	2	0	0	4
Понятие «харизма». Условия возникновения харизмы. Функции харизматического лидера. Мистифицированность как основа харизмы. Коммуникативное поведение харизматического лидера: «новизна» и структурность (Ф. Эриксон, А. К. Михальская). Теории харизмы. Концепция М. Вебера. «Религиозная» концепция. Подлинная харизма. Виды харизмы в зависимости от последствий их лидерства для общества. Истинный Харизматик, Псевдохаризма. Условия возникновения харизмы (В. Фридланд). Приемы синтезирования харизмы. Цели харизмы. Новизна идей как элемент неординарности; сплочение				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
последователей и достижение некоего единообразия в их поведении (ритуалы, лозунги, эмблемы и символы, подхватываемые и воспроизводимые толпой); обеспечить преданность масс вождю (общий враг, общая цель, общий успех, общая борьба).				
Тема 13. Теории масс	1	0	0	4
Основные подходы к определению масс. Массы как недифференцированное множество (Д.Белл, Х.Ортега-и-Гассет). Массы как снижение цивилизации (Х.Ортега-и-Гассет). Массы как механизированное множество (Д.Белл). Массы как «сверхорганизованное» бюрократизированное общество (Д.Белл, К.Маннгейм). Массы как толпа (Г.Лебон, З.Фрейд). Типология толпы. Массовое сознание и психология толпы. Личность в толпе. Эффект толпы. Мотивация влечения в толпу.				
Тема 14. Внутрличностные и межличностные коммуникации	0	0	2	2
Внутрличностная и межличностная коммуникации. Коммуникация и общение. Мотивы и потребности общения. Автокоммуникация. Пирамида А. Маслоу. Теории межличностной коммуникации: теория обмена (Дж. Хоманс), символический интеракционизм (Дж. Мид и Г. Блумер), управление впечатлениями (Э. Гофман), совместная деятельность (Л. И. Уманский). Формы коммуникации: общение; управление; подражание. Установки коммуникации. Условия эффективно-го общения. Составляющие эффективного общения: 1) коммуникативный аспект общения (обмен информацией между людьми); 2) интерактивный аспект (организация взаимодействия между индивидами); 3) перцептивный аспект (процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление взаимопонимания). Механизмы межличностной перцепции. Функции межличностного общения				
Тема 15. Групповые коммуникации	0	0	2	2
Групповые (внутренние, корпоративные, коллективные) коммуникации. Основные признаки группы. Основные типы групп. Групповые цели. Виды групповой коммуникации. Внутренние и внешние групповые коммуникации. Формальная и неформальная групповая коммуникация. Групповое коммуникативное поведение. Виды коммуникативного взаимодействия: кооперация, конкуренция (соперничество), конфликт. Основные коммуникационные потоки: вертикальные; горизонтальные; внешние; однонаправленные;				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
двунаправленные; многонаправленные. Факторы внутригрупповой коммуникации: роли, нормы и лидерство				
Тема 16. Массовые коммуникации	0	0	2	2
Массовые коммуникации: ориентированные/ не-ориентированные; монологические/ диалогические; холодные/ горячие. Функции и признаки массовой коммуникации. Основные модели массовых коммуникаций. Психологическая и коммуникативная специфика массовых коммуникаций. Узкие/ широкие коммуникации. Электронные (масса)/ печатные (публика) коммуникации (М.Маклюэн). Функции средств массовой коммуникации: социальной ориентировки, социальной идентификации, контакта с другими людьми, самоутверждения, утилитарная, эмоциональной разрядки, функции антенны, усилителя, призмы и эха (А. Катль и А.Каде). Повышение роли массовых коммуникаций: «герои исчезли, остался хор» (Х.Ортега-и-Гассет). Теория постиндустриального (информационного) общества: демассификация и дестандартизация социальной и экономической жизни, высокий уровень инновативности (О.Тоффлер, Дж.Нейсбит). Психологическая и коммуникативная специфика массовых коммуникаций. Психологические эффекты массовых информационных процессов: утилитарный, престижный, усиление позиции, познавательный, эмоциональный, эстетический, комфортный (Ю.А.Шерковин). Специфика массового сознания. Масса/ толпа/ аудитория/ публика. Узкие/ широкие коммуникации. Электронные (масса)/ печатные (публика) коммуникации (М.Маклюэн).				
Тема 17. Вербальные коммуникации. Убеждающие и суггестивные коммуникации	0	0	2	2
Вербальные коммуникации. Убеждающие и суггестивные коммуникации. Убеждающая коммуникация: цель, условия организации коммуникации, коммуникативные формы, стратегии и тактики. Манипуляция (суггестия) – агрессивная направлена на уничтожение личности и неагрессивная (гуманистическая) направлена на позитивное воздействие на личность. Суггестивный дискурс. Причины возможности манипуляции. Факторы, повышающие внушаемость. Свойства манипулятивного текста. Стратегии манипулирования. Тактики манипулирования. Типы манипуляторов. Суггестивная коммуникация: цель, условия				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
организации коммуникации, коммуникативные формы, стратегии и тактики				
Тема 18. Невербальные коммуникации	0	0	2	2
Невербальные коды коммуникации: паралингвистика (дополнительные к речи звуковые коды), кинесика (жесты), окулесика (визуальное поведение), аускультация (аудиальное поведение), гаптика (тактильная коммуникация), гастика (пища и напитки), ольфакция (запахи), проксемика (пространство коммуникации), хронемика (время коммуникации), системология (предметы, вещи), сенсорика (информационная биоэнергетика), актоника (поступки). Функции невербальной коммуникации: контроля, регуляции, информации, диагностики, коррекции. Невербальные коды в рекламе и айдентике.				
Тема 19. Символическая коммуникация	0	0	2	2
Символическая коммуникация: миф, язык, ритуал, верования, сновидения, искусство и пр. Антропонимическая, топонимическая, цветовая, числовая, зоонимическая, фитонимическая, предметно-вещная, пространственная, архитектурная и др. символика. Культурная детерминация символа. Понятие символ. Типология символов: конвенциональные/ случайные/ универсальные (Э.Фром). Способы репрезентации символов: аллегория, метафора, сравнение, пейзаж, деталь, заголовок, герой, мотив, лейтмотив. Символы в рекламе и айдентике.				
Тема 20. Мифологическая коммуникация	0	0	2	2
Функции мифа. Свойства мифа. Миф и стереотип. Миф – разновидность конвенционального (социального) стереотипа. Общие свойства. Мифологические образы и мифологические сценарии. Мифологизация в коммуникации. Инструментарий формирования мифа. Виды современного мифологизма (М.Эпштейн). Мифы в рекламе и айдентике.				
Тема 21. Ритуальная коммуникация	0	0	2	2
Ритуальная коммуникация (магическая и религиозная, кризисная, презентационная (поощрение и активизация), «переходная» (рождение, инициация, брак, старость, смерть). Цель. Условия организации. Формы. Стратегии и тактики. Ритуальные коммуникации в корпоративной культуре, ивентах и PR.				
ИТОГО по 5-му семестру	16	0	32	54
ИТОГО по дисциплине	16	0	32	54

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Эволюция социальной коммуникации
2	Модели коммуникации
3	Методы анализа содержания коммуникации
4	Коммуникативное поведение
5	Коммуникативная личность. Эффективный коммуникатор
6	Барьеры коммуникации
7	Психологические основы коммуникации
8	Моделирования аудитории в коммуникации
9	Внутриличностные и межличностные коммуникации
10	Групповые (внутренние, корпоративные, коллективные) коммуникации
11	Массовые коммуникации
12	Вербальные коммуникации. Убеждающие и суггестивные коммуникации
13	Невербальные коммуникации
14	Символическая коммуникация
15	Мифологическая коммуникация
16	Ритуальная коммуникация

Тематика примерных курсовых проектов/работ

№ п.п.	Наименование темы курсовых проектов/работ
1	Бренды Перми как символическая коммуникация
2	Гендерные нормы поведения в рекламном дискурсе
3	Имидж пермских отделений основных политических партий в пермских СМК
4	Имидж Пермского края в центральных и пермских СМК
5	Имидж политика как перформансная (событийная) коммуникация
6	Информационное присутствие Пермского края в Интернете
7	Информационные агентства Перми: контент-анализ новостей
8	Коммуникативное поведение в рекламном дискурсе
9	Коммуникационные агентства Перми: анализ эффективности
10	Контент-анализ корпоративных имиджевых публикаций в пермских СМК

№ п.п.	Наименование темы курсовых проектов/работ
11	Контент-анализ блогосферы Перми и Пермского края
12	Малый бизнес в пермских СМК
13	Влияние блогеров на поведение молодежи
14	Пермская элита в пермских СМК
15	Пермский край в зарубежных СМК
16	Семиосфера Перми и ее отражение в пермских СМК
17	Символические (мифологические) коммуникации в позиционировании Пермского края
18	Символические (мифологические) коммуникации в позиционировании туристических услуг на территории Пермского края
19	Художественные коммуникации в позиционировании Перми
20	Этнические стереотипы в рекламном тексте

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Шарков Ф.И. Теория коммуникации (базовый курс) : Учеб. для вузов / Ф.И.Шарков. - М.: РИП-холдинг, 2005.	35
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Гавра Д. П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов : учебное пособие для вузов / Д. П. Гавра. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2011.	3
2	Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие для вузов / О. Л. Гнатюк. - Москва: КНОРУС, 2012.	7
3	Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие / В. Б. Кашкин. - Москва: Флинта, 2014.	2
4	Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г.Г.Почепцов. - Москва: Рефл-бук, Ваклер, 2001.	5
5	Федотова Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. - Москва: Юрайт, 2014.	5
6	Чамкин А. С. Социология коммуникации : учебное пособие / А. С. Чамкин. - Москва: ИНФРА-М, 2013.	10
7	Шарков Ф. И. Коммуникология : Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Ф. И. Шарков. - Москва: Дашков и К, 2013.	3
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Л. В. Анпилогова Теория коммуникации : Учебное пособие / Л. В. Анпилогова, Ю. В. Кудашова. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks86226	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Основы теории коммуникации : Методические рекомендации к учебному курсу / сост. С. М. Качалова. - Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2012.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83280	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Прикладное программное обеспечение общего назначения	Microsoft Office Visio Professional 2016 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Курсовая работа	компьютер	1
Курсовая работа	проектор	1
Курсовая работа	экран	1
Лекция	компьютер	1
Лекция	проектор	1
Лекция	экран	1
Практическое занятие	компьютер	1
Практическое занятие	проектор	1
Практическое занятие	экран	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Основы теории коммуникации»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Связи с общественностью и реклама
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Иностранные языки и связи с общественностью
Форма обучения:	Очная

Курс: 3

Семестр: 5

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:	4 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	144 ч.

Форма промежуточной аттестации:

Экзамен:	5 семестр
Курсовая работа:	5 семестр

Пермь 2020

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (5 семестра учебного плана) и разбито на 21 тему (3 учебных модуля). В каждой теме (каждом модуле) предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также контрольные и самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по контрольным работам и экзамена. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Экзамен
Усвоенные знания						
3.1. каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями		ТО		КЗ		ТВ
3.2. технику сегментирования аудиторий		ТО		КЗ		ТВ
3.3. методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации		ТО		КЗ		ТВ
3.4. специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий		ТО		КЗ		ТВ
3.5. методы анализа среды для коммуникации		ТО		КЗ		ТВ
Освоенные умения						
У.1. проводить соцопросы, мониторинг СМИ, контент-анализ				КЗ		ПЗ
У.2. анализировать эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними				КЗ		ПЗ
Приобретенные владения						
В.1. проведения соцопросов, мониторинга СМИ, контент-анализа				КЗ		ПЗ
В.2. анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними				КЗ		ПЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание;

КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде курсовой работы и экзамена, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме кейс-задачи (индивидуального задания).

2.2.1. Защита лабораторных работ

Не предусмотрено.

2.2.2. Рубежная контрольная работа

Не предусмотрено

2.2.3. Защита решения кейс-задачи (индивидуального задания)

Типовые задания

1. Определите современные коммуникативные сферы действия традиционных, индустриальных и постиндустриальных коммуникаций. Обоснуйте свой выбор.
2. Охарактеризуйте специфику коммуникации в период промышленной революции 4.0.
3. Рассмотрите коммуникацию специалиста по связям с общественностью в контексте моделей воздействия и распространения информации (структура модели и параллельно возможные действия специалиста по СО).
4. Выберите какой-либо параметр коммуникативного поведения (нормы, контактность, улыбка, гендерные нормы, «отцы и дети», речевой этикет, невербальная коммуникация, национальный символизм и пр.). Сравните по этому параметру коммуникативное поведение различных этносов.
5. Определите свойства народного русского коммуникативного идеала по пословицам и поговоркам. Путем рефлексии установите, насколько ваша коммуникация соответствует народному коммуникативному идеалу. Установите эффективность / неэффективность для коммуникации.
6. Путем рефлексии определите те особенности коммуникации, которые характерны для русского коммуникативного поведения. Установите их эффективность / неэффективность для коммуникации.
7. Доминанты российского менталитета.
8. Доминанты восточного менталитета.
9. Доминанты западного менталитета.

10. Константы русской культуры.
11. Авто- и гетеростереотипы русских.
12. Авто- и гетеростереотипы англичан.
13. Авто- и гетеростереотипы немцев.
14. Авто- и гетеростереотипы французов.
15. Гендерная коммуникация в различных культурах.
16. Проблема «отцов и детей» в различных культурах.
17. Гендерные нормы коммуникативного поведения: христиане и мусульмане.
18. Возрастные нормы коммуникативного поведения
19. Профессиональные норма коммуникативного поведения
20. Путем рефлексии определите эго-состояние в вашей коммуникативной практике. Установите эффективность / неэффективность для коммуникации.
21. Определите стереотипы и предрассудки, характерные для вашей коммуникативной практики. Установите их эффективность / неэффективность для коммуникации.
22. Определите ваши проблемы слушания и чтения, а также пути их устранения.
23. Составьте перечень убеждающих и манипулятивных стратегий и тактик, используемых в рекламном и политическом дискурсе. Установите их эффективность / неэффективность для коммуникации.
24. Составьте перечень убеждающих и манипулятивных стратегий и тактик, используемых в вашей коммуникативной практике. Установите их эффективность / неэффективность для коммуникации.
25. Специфика восприятия рекламного текста в различных культурах.
26. Русский и английский речевой этикет: сопоставительный аспект.
27. Речевая агрессия в разных культурах.
28. *Ты* и *вы* в русской коммуникации
29. Технологии манипуляции сознанием в религиозных организациях
30. Определите семантику жестов на выбранных вами групповых фотографиях/изображениях (СМИ, соцсети, живопись и пр.). Что вы можете сказать о состоянии этих людей, об их характере и взаимоотношениях.
31. Определите типы знаков (иконический, индексальный, символический) в рекламных роликах / постерах, охарактеризуйте их семиотические свойства (отражает что? указывает на что? символизирует что?).
32. Улыбка и смех в различных культурах.
33. Семиотика жеста в восточной и западной культуре (в сравнении).
34. Семиотика цвета в различных культурах.
35. Зоосемиотика в различных культурах.
36. Фитосемиотика в различных культурах.
37. Семиотика числа в различных культурах.
38. Опишите систему ритуалов, характерных для вас, вашей семейной и учебной группы, в деятельности специалиста по СО. Определите их функции.

39. Определите мифологические сценарии и мифологические образы (в том числе выделенные В. Проппом. Исторические корни волшебной сказки. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Propp_2/index.php) в рекламных роликах/ постерах
40. Мифология народов Прикамья в брендировании, нейминге и рекламе.
41. Охарактеризуйте пермские бренды как символическую коммуникацию.
42. Охарактеризуйте мировые бренды как символическую коммуникацию.
43. Охарактеризуйте рекламу как ритуальную коммуникацию.
44. Охарактеризуйте рекламу как символическую коммуникацию.
45. Охарактеризуйте логотипы как символическую коммуникацию.
46. Практические аспекты межкультурной коммуникации (туризм, обучение, миграция)

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты кейс-задачи (индивидуального задания) приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.4. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Не предусмотрено

2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска является положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

Промежуточная аттестация, согласно РПД, проводится в виде защиты курсовой работы и экзамена по дисциплине устно по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки усвоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролируемые уровень сформированности *всех* заявленных компетенций. Форма билета представлена в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.1. Примерные темы курсовых работ

1. Бренды Перми как символическая коммуникация
2. Гендерные нормы поведения в рекламном дискурсе
3. Имидж пермских отделений основных политических партий в пермских СМК
4. Имидж Пермского края в центральных и пермских СМК
5. Имидж политика как перформансная (событийная) коммуникация
6. Имидж политика в блогосфере
7. Имидж политика в social media
8. Информационное присутствие Пермского края в Интернете
9. Информационные агентства Перми: контент-анализ новостей
10. Коммуникативное поведение в рекламном дискурсе
11. Коммуникационные агентства Перми: анализ эффективности

12. Контент-анализ имиджевых публикаций депутатов Законодательного собрания Пермского края в пермских СМК
13. Контент-анализ корпоративных имиджевых публикаций в пермских СМК
14. Контент-анализ молодежных СМК
15. Контент-анализ пермских новостных ТВ-программ: сравнительный анализ
16. Контент-анализ содержания эфира пермских радиостанций
17. Контент-анализ содержания эфира пермских ТВ-каналов
18. Контент-анализ центральных и местных «глянцевых» журналов
19. Корпоративные СМК как средство формирования корпоративного мышления
20. Лидер мнения в рекламном дискурсе: сравнительный анализ пермских и центральных СМК
21. Малый бизнес в пермских СМК
22. Медиаперсоны Пермского края
23. Медиа-рекламный дискурс как распространитель социальных установок
24. Митинги в политической жизни Пермского края
25. Мифологические сценарии и мифологические образы в рекламе
26. Новости в ТВ- и в интернет-версиях: сравнительный анализ
27. Пермская элита в пермских СМК
28. Пермский бизнес в СМК: сравнительный анализ деловых газет
29. Пермский край в зарубежных СМК
30. Политическая сфера в пермских СМК
31. Рынок рекламных и коммуникационных услуг Перми
32. Семиосфера Перми и ее отражение в пермских СМК
33. Символические (мифологические) коммуникации в позиционировании Пермского края
34. Символические (мифологические) коммуникации в позиционировании туристических услуг на территории Пермского края
35. Социальная реклама в пермских СМК
36. Суггестивные коммуникации в пермских СМК
37. Сфера туризма в пермских СМК
38. Традиционные коммуникации в рекламном дискурсе
39. Художественные коммуникации в позиционировании Перми
40. Этнические стереотипы в рекламном дискурсе
41. Контент-анализ social media (на выбор)
42. Контент-анализ блогосферы (на выбор)
43. Целевые аудитории social media (на выбор)
44. Медиапотребление студентов Политеха
45. Контент-анализ соцсетей подразделений вуза (на выбор)
46. Целевые аудитории и каналы коммуникации организации (на выбор)
47. Эволюция визуальных образов в рекламе
48. Невербальная коммуникация в social media

49. Эволюция индивидуального имиджа

50. Эволюция корпоративного имиджа

2.3.2. Типовые вопросы и задания для экзамена по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Теория коммуникации как теоретическая и прикладная дисциплина. Внешние и внутренние предпосылки развития теории коммуникации.

2. Возникновение коммуникации в обществе. Эволюция социальных коммуникаций.

3. Базовые модели коммуникации (Лассуэла, Шеннона-Уивера, Осгуда-Шрамма и др.).

4. Модели воздействия и распространения информации (двухступенчатая и многоступенчатая модели).

5. Коммуникации в сфере PR. Основные PR-модели коммуникации.

6. Виды и типы коммуникации. Основы типологии.

7. Теории лидерства.

8. Теория харизмы.

9. Вербальная и невербальная коммуникации.

10. Виды и типы невербальной коммуникации.

11. Ритуальная и перформансная коммуникация.

12. Мифологическая коммуникация.

13. Вербальная коммуникация. Убеждающие и суггестивные коммуникации.

14. Символическая коммуникация.

15. Мифологическая коммуникация.

16. Межличностная коммуникация. Формы коммуникации и условия эффективного общения. Коммуникативный, интерактивный, перцептивный аспекты межличностного общения.

17. Групповая коммуникация. Внешняя и внутренняя коммуникации.

18. Основные стили лидерства.

19. Основы типологии аудитории.

20. Массовое и элитарное сознание в коммуникации. Теория масс. Массовое сознание и массовая коммуникация.

21. Массовое сознание и лидер мнения. Теории элит

22. Виды аудитории. Стратегии и тактики воздействия.

23. Психологические основы коммуникации.

24. Коммуникативное поведение, коммуникативный стиль.

25. Коммуникативная ситуация.

26. Методы анализа коммуникации. Контент-анализ.

27. Методы анализа коммуникации. Семиотический анализ.

28. Методы анализа коммуникации. Мотивационный анализ.

29. Методы анализа коммуникации. Нарративный анализ.

30. Барьеры коммуникации

Типовые задания для контроля освоенных умений и владений:

1. Определите возможные коммуникативные барьеры между участниками коммуникации и пути их устранения. Определите вид коммуникации, охарактеризуйте невербальные коды коммуникации.

2. Определите современные коммуникативные сферы действия традиционных, индустриальных и постиндустриальных коммуникаций. Обоснуйте свой выбор.

3. Охарактеризуйте специфику коммуникации в период промышленной революции 4.0.

4. Рассмотрите коммуникацию специалиста по связям с общественностью в контексте моделей воздействия и распространения информации (структура модели и параллельно возможные действия специалиста по СО).

5. Выберите какой-либо параметр коммуникативного поведения (нормы, контактность, улыбка, гендерные нормы, «отцы и дети», речевой этикет, невербальная коммуникация, национальный символизм и пр.). Сравните по этому параметру коммуникативное поведение различных этносов.

6. Определите свойства народного русского коммуникативного идеала по пословицам и поговоркам. Путем рефлексии установите, насколько ваша коммуникация соответствует народному коммуникативному идеалу. Установите эффективность / неэффективность для коммуникации.

7. Путем рефлексии определите те особенности коммуникации, которые характерны для русского коммуникативного поведения. Установите их эффективность / неэффективность для коммуникации.

Полный перечень теоретических вопросов и практических заданий в форме утвержденного комплекта экзаменационных билетов хранится на выпускающей кафедре.

2.3.3. Шкалы оценивания результатов обучения на экзамене

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче экзамена для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля на экзамене считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Типовые критерии и шкалы оценивания уровня сформированности компонентов компетенций приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3.2. Оценка уровня сформированности компетенций

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля

вносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде экзамена используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.

Пример типовой формы экзаменационного билета

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГАОУ ВО «Пермский национальный
исследовательский политехнический университет»
(ПНИПУ)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Связи с общественностью и реклама»
Кафедра «Иностранные языки и связи с
общественностью»

Дисциплина
«Основы теории коммуникации»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1. Возникновение коммуникации в обществе. Эволюция социальных коммуникаций.
2. Практическое задание
 - Определите и охарактеризуйте вид коммуникации.
 - Определите возможные коммуникативные барьеры между участниками коммуникации и пути их устранения.
 - Охарактеризуйте невербальные коды коммуникации.



Зав. кафедрой ИЯСО _____ С.С. Шляхова

«__» _____ 20__ г.