

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

(наименование института)

Кафедра дизайна

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
на заседании кафедры дизайна
Протокол №1 от 29.08.2017 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.09 СТРАТЕГИИ КОММУНИКАЦИЙ

54.03.01 Дизайн

направленность «Современный дизайн»

квалификация бакалавр

очная форма обучения

Год набора - 2017

Москва, 2017 г.

Автор(ы)—составитель(и):

**Доцент,
кандидат психологических наук**

Крымчанинова М.В.

**Заведующий кафедрой дизайна,
Профессор, кандидат искусствоведения**

Серов С. И.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.	7
4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	8
4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	13
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	15
6.1. Основная литература.....	15
6.2. Дополнительная литература.	15
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	15

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

Дисциплина Б1.В.09 «Стратегии коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК ОС - 8	Способность применять инструменты продвижения дизайн-проекта	ОПК ОС – 8.1	Способен изучить и освоить инструменты продвижения дизайн-проекта
УК ОС-3	Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС - 3.1	Способность позиционировать себя перед коллективом
УК ОС-4	Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и иностранном(ых) языке(ах)	УК ОС-4.3	Способность провести деловую встречу на русском языке в профессиональной сфере

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ ¹ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Проектирование, изготовление и реализация художественно-дизайнерских решений / Проектирование, изготовление и	ОПК ОС – 8.1	Знает основные понятия теории массовых коммуникаций, сущность и виды коммуникаций, систему средств массовой коммуникации и их отличительные особенности. Способен анализировать основные теории и модели массовых коммуникаций при продвижении дизайн-проекта

¹ Для образовательных программ, реализуемых по ФГОС, и для универсальных компетенций первая колонка может не заполняться

реализация дизайнерских проектов	УК ОС - 3.1	Самостоятельно презентует собственные результаты: идеи, точку зрения. Демонстрирует несколько схем позиционирования результатов. Ориентируется в теоретических основах группового взаимодействия.
	УК ОС-4.3	Самостоятельно планирует и проводит деловую встречу (публичное выступление) на русском и иностранном языках в профессиональной сфере Демонстрирует свободное владение специфической лексикой, распространенной в профессиональной сфере Демонстрирует знание норм делового этикета

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Стратегия коммуникаций» относится к Б1.В «Вариативная часть» учебного плана. Код дисциплины Б1.В.09. Дисциплина изучается на 3 курсе, в 6 семестре. Общая трудоемкость дисциплины 72/54 (2 ЗЕТ).

Содержание курса является логическим продолжением и развитием дисциплины: «Профессиональная социализация студента». Данная дисциплина служит основой для прохождения преддипломной практики и написания выпускной квалификационной работы.

Количество академических часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем составляет 30/22,5 часов, из них 26/19,5 – на лекционные занятия, 4/3 – на практические занятия, на самостоятельную работу обучающихся отводится 6/4,5 часов.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является экзамен в 6 семестре.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Виды коммуникаций и структура коммуникативного процесса.	4	4		1		-	О
Тема 2	Психологические аспекты невербальной коммуникации.	4	4		-		-	О
Тема 3	Психологические аспекты вербальной коммуникации. Межличностная коммуникация	5	4		-		1	О

Тема 4	Риторика: приемы создания убеждающих сообщений	5	4		1		1	О
Тема 5	Специфика художественной коммуникации	5	4		1		1	О, Т
Тема 6	Стратегии влияния традиционных СМК и место дизайна в СМК.	5	4		1		1	Р
Тема 7	Особенности коммуникации в электронных сетях.	3	2		-		1	О
Тема 8	Технологии информационных войн и урегулирования конфликтов.	5	4		-		1	О
Промежуточная аттестация		36						Экзамен
Всего:		72	30		4		6	36

Примечание:

формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), контрольная работа (КР), эссе (Э), диспут (Д).

форма промежуточной аттестации: экзамен (Экз).

Содержание дисциплины

Тема 1. Виды коммуникаций и структура коммуникативного процесса

Цели коммуникации. Основные модели коммуникаций и их периодизация. Виды коммуникаций. Коммуникация межличностная (диалог, полилог, автокоммуникация) и массовая (митинг, лекция, СМИ. Плакат как форма коммуникации, шарж, фельетон, пародия и т.п.). Структура коммуникативной ситуации (Ласуэлл). Социокультурные особенности коммуникативного процесса. Коммуникативные барьеры. Обратная связь, правила негативной обратной связи.

Тема 2. Психологические аспекты невербальной коммуникации

Системы невербальной коммуникации. Язык тела. Цвет. Вкус. Запах. Тактильные ощущения. Функции невербальной коммуникации. Методики изучения невербальной коммуникации. Выявление лжи с помощью анализа невербальных сообщений. Цвет как стимул. Неосознаваемые компоненты цветового рекламного воздействия. Экспериментальные исследования цветовых сочетаний и их использование в дизайне. Анализ и проектирование коммуникативного пространства (проксемика). Современные виды арт-сообщений, построенные на невербальных коммуникациях (танец, акционизм, перформансы).

Тема 3. Психологические аспекты вербальной коммуникации. Межличностная коммуникация

Полифункциональность межличностного общения. Межличностные стратегии коммуникации (убеждение, выражение эмпатии и т.п.). Коммуникативная компетентность. Основные коммуникативные навыки: знание норм и скриптов, понимание коммуникативных барьеров, выбор стиля коммуникации, эффективное слушание, постановка вопросов, интерпретация замечаний, обсуждение «опасных» проблем. Психологические механизмы и этапы групповой дискуссии. Эффекты групповой дискуссии: социальная леность, влияние большинства (в т.ч. огруппление мышления), влияние меньшинства, групповая поляризация.

Тема 4. Риторика: приемы создания убеждающих сообщений

Типологии и структура социального взаимодействия. Стратегия и тактика воздействия. Условия эффективности убеждающего сообщения: особенности коммуникатора, аудитории и сообщения. Влияние представлений аудитории на эффективность убеждения. Виды манипуляций и манипуляторов. Неосознаваемые структуры нейролингвистического рекламного программирования. Методы цивилизованного противостояния манипуляциям. Основные стратегии убеждающих сообщений, используемые в дизайне, рекламе и маркетинге. Модели мотивации.

Тема 5. Специфика художественной коммуникации

Сходство и различие межличностной и художественной коммуникации. Невыявленная стратегия. Виды художественной коммуникации и их специфика. Особенности коммуникации в XXI веке (обеднение языка эмоций, штампы, мифологические матрицы). Влияние художественной коммуникации на Я-концепцию аудитории: изменение аттитюдов и поведения аудитории. Воздействие художественной коммуникации на межличностные отношения: влияние на здоровый образ жизни, агрессию и сексуальное поведение. Художественная коммуникация в общественных отношениях: воздействие на политические аттитюды, массовое поведение и межгрупповые отношения.

Тема 6. Стратегии влияния традиционных СМИ и место дизайна в СМИ

Специфика массовой коммуникации. Различия традиционных каналов СМИ. Двухстадийность декодирования сообщений СМИ, основные «посредники». Основные цели СМИ. Передача и получение информации: новости. Определение и виды новостей. Новости как способ интерпретации событий. Условия эффективности новостей. Влияние на аудиторию: модели прайминга, повестки дня, культивации, «использования и удовлетворения». СМИ как источник инноваций. Место дизайна в современных СМИ. Основные теоретические подходы к разработке стратегии сообщения через СМИ: «субъект-объектный» и «субъект-субъектный». Методы анализа влияния СМИ: SWOT-анализ.

Тема 7. Особенности коммуникации в электронных сетях

Особенности коммуникации в Интернете. Функции коммуникации в компьютерных сетях: обмен информацией; активизация познавательной активности и принятие решения; убеждение; формирование впечатления о сетевом партнере; воздействие на эмоции и личные отношения. Дизайнерские особенности компьютерных сообщений. Характеристики пользователей сетей. Я-концепция в сети. Новые исследования.

Тема 8. Технологии информационных войн и урегулирования конфликтов

Причины и функции конфликтов в современном мире. Информационные войны в межличностном и публичном пространстве. Динамика конфликтов. Стратегии поведения в конфликтной ситуации на разных стадиях конфликта. Два подхода к пониманию и разрешению конфликтов. Стратегия выхода из конфликтной ситуации. Стратегия и тактика ведения переговоров. Социокультурные особенности ведения переговоров: Запад vs Восток.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Стратегия коммуникаций» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

опрос (О), тестирование (Т), реферат (Р)

– при проведении практических занятий:

опрос (О), реферат (Р)

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств) – ответ на теоретический вопрос билета, который подразумевает высказывание своей точки зрения на поставленный вопрос, написание эссе.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Темы докладов и рефератов по курсу «Стратегии коммуникаций»

1. Коммуникация в обществе: понятие, функции, структура
2. Теории и концепции массовой коммуникации
3. Виды коммуникации
4. Психология речевой коммуникации
5. Массовое сознание как объект и субъект массовой коммуникации
6. Массовое политическое сознание: сущность и формы проявления

Пример варианта теста

1. Информация –

- а) свойство предмета
- в) способ существования
- с) передача отраженного многообразия

2. Информациология – наука, утверждающая, что

- а) бытие первично, информация вторична
- в) информация первична, бытие вторично

3. Коммуникация – разновидность взаимодействия между:

- а) субъектом и объектом
- в) объектами
- с) субъектами, посредством объекта

4. Отметьте один из типов смысловой коммуникации:

- а) материальный
- в) психический

5. Коммуникативная модель, подчеркивающая диалогичность и карнавализацию в праздничной коммуникации:

- а) семиотическая
- в) культурологическая
- с) лингвистическая

6. Н.Винер, У.Эшби являются представителями подхода в теории коммуникации:

- а) естественно-технического
- в) гуманитарного

7. Пятизвенная структура процесса коммуникации Г.Лассуэла не дала ответа на вопрос:

- а) кто сообщает?
- в) с каким успехом?
- с) с какой целью

8. Первая печатная газета, вышедшая в 1702 г. в России:

- а) «Новости»
- в) «События»
- с) «Ведомости»

9. Что означает термин «койне»:

- а) диалект французского языка

в) язык, связывающий представителей разных языков

с) книжный язык

10. Тип собеседника, испытывающий трудности при вступлении в речевую коммуникацию:

а) доминантный

б) ригидный

с) мобильный

е) интровертный

11. Коммуникация будет наиболее эффективной, если она ведется в рамках следующего трансакта:

а) параллельного

в) перекрестного

12. Школа психологов, считавших поведение человека как реакцию на определенный стимул(информацию):

а) когнитивисты

б) бихевиористы

с) гештальтисты

13. Вид коммуникации, при котором информация передается помощью символов и знаков:

а) вербальная

в) невербальная

14. Манипулирование сознанием:

а) убеждение собеседника

в) партнерство

с) скрытое воздействие

15. В периоды политических потрясений проявляется:

а) массовое сознание

в) массовое политическое сознание

Примерные темы практических занятий:

Тема 1. Виды коммуникаций и структура коммуникативного процесса

Групповая дискуссия: «Социокультурные особенности коммуникативного процесса»

Тема 2. Психологические аспекты невербальной коммуникации

Просмотр и обсуждение фильма об анализе невербальных сообщений.

Кейс-стади по теме использования невербальных коммуникаций в дизайне.

Тема 3. Психологические аспекты вербальной коммуникации. Межличностная коммуникация

Деловая игра: «Мозговой штурм как метод групповой дискуссии»

Тема 4. Риторика: приемы создания убеждающих сообщений

Деловая игра: «Создание убеждающих сообщений»

Тема 5. Специфика художественной коммуникации

Групповая дискуссия: «Художественная коммуникация как канал установление связи между людьми в XXI веке»

Тема 6. Стратегии влияния традиционных СМИ и место дизайна в СМИ

Деловая игра: «Разработка стратегии дизайн-воздействия с помощью SWOT-анализа»

Тема 7. Особенности коммуникации в электронных сетях

Кейс-стади: «Схемы анализа интернет-сообщений»

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК ОС - 8	Способность применять инструменты продвижения дизайн-проекта	ОПК ОС – 8.1	Способен изучить и освоить инструменты продвижения дизайн-проекта
УК ОС-3	Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС - 3.1	Способность позиционировать себя перед коллективом
УК ОС-4	Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и иностранном(ых) языке(ах)	УК ОС-4.3	Способность провести деловую встречу на русском языке в профессиональной сфере

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ОПК ОС-8.1 Способен изучить и освоить инструменты продвижения дизайн-проекта	Знает основные понятия теории массовых коммуникаций, сущность и виды коммуникаций, систему средств массовой коммуникации и их отличительные особенности. Способен анализировать основные теории и модели массовых коммуникаций при продвижении дизайн-проекта	Знает основные понятия теории массовых коммуникаций, сущность и виды коммуникаций, систему средств массовой коммуникации и их отличительные особенности. Способен анализировать основные теории и модели массовых коммуникаций при продвижении дизайн-проекта
УК ОС - 3.1. Способность позиционировать себя перед коллективом	Самостоятельно презентует собственные результаты: идеи, точку зрения. Демонстрирует несколько схем позиционирования результатов. Ориентируется в теоретических основах группового взаимодействия.	Адекватно и полно представлены идеи, точка зрения перед коллективом. Продемонстрированы несколько схем позиционирования результатов. Демонстрирует осмысление полученных теоретических основ и применяет их в практической деятельности.
УК ОС-4.3 Способность	Самостоятельно планирует и проводит деловую встречу	Не испытывает затруднений в выборе языковых средств

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
провести деловую встречу на русском языке в профессиональной сфере.	(публичное выступление) на русском и иностранном языках в профессиональной сфере Демонстрирует свободное владение специфической лексикой, распространенной в профессиональной сфере Демонстрирует знание норм делового этикета	Речь грамотная, свободная Слышит собеседника адекватно реагирует на его аргументацию Не допускает речевых ошибок Владеет специфической лексикой, распространённой профессиональной сфере

4.3.2 Типовые оценочные средства

Примерный список вопросов к экзамену по дисциплине «Стратегия коммуникаций»

1. Коммуникации: понятие и отличительные признаки.
2. Массовая коммуникация и межличностная коммуникация.
3. Коммуникатор, реципиент, информация, передатчик, приемник как структурные составляющие массовой коммуникации.
4. Пятизвенная структура процесса МК Г. Лассуэлла.
5. Теории коммуникации: основные понятия и идеи.
6. Классификация теорий коммуникации.
7. Бихевиоризм, когнитивистская, фрейдистская, гештальтистская теории.
8. Теория «магической пули».
9. Теория диффузии инноваций.
10. Спираль молчания.
11. Коммуникационные модели.
12. Визуальная коммуникация, ее особенности и сфера использования.
13. Вербальная (речевая) коммуникация: основные понятия теории вербальной коммуникации.
14. Невербальные средства общения (мимика, жесты, поза).
15. Перформансная коммуникация (сообщение в пространстве) – ритуалы и их значение в жизни общества.
16. Типы коммуникабельности людей: доминантный, ригидный, мобильный, интровертный и их значение для эффективности коммуникации.
17. Эго состояния: Я-ребенок, Я-родитель, Я- взрослый.
18. Параллельный и перекрестный трансакты в коммуникации.
19. Массовое сознание.
20. Учение о массах и психология масс.
21. Разновидности масс и их характеристика.
22. Понятие «человек-масса».
23. Лидеры и вожди.
24. Общественное мнение как одна из форм массового сознания.
25. Массовое политическое сознание.
26. Массовое политическое поведение.
27. Массовая паника: факторы и механизмы.

Практическое задание к экзамену

Эссе «Разработка творческой составляющей проекта рекламной компании»

Шкала оценивания

Критерий оценки	Оценка
<p>Знает основные понятия теории массовых коммуникаций, сущность и виды коммуникаций, систему средств массовой коммуникации и их отличительные особенности.</p> <p>Способен анализировать основные теории и модели массовых коммуникаций при продвижении дизайн-проекта</p> <p>Демонстрирует осмысление полученных теоретических основах и применяет их в практической деятельности.</p> <p>Не испытывает затруднений в выборе языковых средств</p> <p>Речь грамотная, свободная</p> <p>Слышит собеседника адекватно реагирует на его аргументацию</p> <p>Не допускает речевых ошибок</p> <p>Владеет специфической лексикой, распространённой профессиональной сфере</p>	отлично
<p>Знает основные понятия теории массовых коммуникаций, сущность и виды коммуникаций, систему средств массовой коммуникации и их отличительные особенности.</p> <p>Способен анализировать основные теории и модели массовых коммуникаций при продвижении дизайн-проекта</p> <p>При применении теоретических основ на практике испытывает затруднения.</p> <p>Не испытывает затруднений в выборе языковых средств</p> <p>Речь грамотная, свободная</p> <p>Слышит собеседника адекватно реагирует на его аргументацию</p> <p>Не допускает речевых ошибок</p> <p>При применении специфической лексикой, распространённой профессиональной сфере допускает ошибки</p>	хорошо
<p>Допускает ошибки при демонстрации знаний основных понятий теории массовых коммуникаций, сущности и видов коммуникаций,</p> <p>При анализе основных теорий и моделей массовых коммуникаций при продвижении дизайн-проекта допускает грубые ошибки</p> <p>При применении теоретических основ на практике испытывает затруднения.</p> <p>При применении специфической лексикой, распространённой профессиональной сфере допускает существенные ошибки</p>	удовлетворительно
<p>Допускает грубые ошибки при демонстрации знаний основных понятий теории массовых коммуникаций, сущности и видов коммуникаций,</p> <p>Не может провести анализ основных теорий и моделей массовых коммуникаций при продвижении дизайн-проекта</p> <p>При применении специфической лексикой, распространённой профессиональной сфере допускает грубые ошибки</p>	не удовлетворительно

4.4. Методические материалы

Задание по экзамену включает в себя ответ на теоретический вопрос билета, который подразумевает высказывание своей точки зрения на поставленный вопрос, написание эссе.

Процедура проведения экзамена:

Обучающийся для экзамена предъявляет экзаменатору свою зачетную книжку, выбирает билет, садится готовиться. На подготовку ответа отводится не более 40 минут.

По приглашению экзаменатора обучающийся отвечает на вопрос, обосновывая

свою точку зрения, ведет дискуссию по теме эссе. Экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на экзамен, в том числе по темам, пропущенным обучающимся. Результат по сдаче экзамена объявляется студентам после ответа, вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Требования к организации самостоятельной работы студентов при подготовке к аудиторным занятиям

1. Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9–10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3–4 часа. Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

2. Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателями. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

3. Подготовка к семинарским занятиям

Подготовку к каждому семинарскому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается

на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы семинара, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ. Структура семинара В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы семинарское занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме семинара.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов семинарского занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа семинарского занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на семинарском занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается семинарское занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

4. Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к семинарским занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление [Электронный ресурс] : учебник для магистров / Е.Б. Кметь. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 183 с. — 978-5-9908055-3-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54491.html>
2. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 488 с. — 978-5-394-02089-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4438.html>
3. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 488 с. — 978-5-394-02089-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60425.html>

6.2. Дополнительная литература.

1. Войтик, Н. В. Речевая коммуникация : учебное пособие для вузов / Н. В. Войтик. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 125 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01070-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/423DF29B-6DC9-4C19-A24B-9CA7BE661C5A.
2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 342 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01771-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F190651B-D19A-4773-B940-62F6188BB049.
3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 384 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01796-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6563A05F-8D7A-4CE6-8B43-1E2AA98091FC.
4. Беленко В.Е. Имиджелогия. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Е. Беленко, М.П. Беленко. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 140 с. — 978-5-7782-1393-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44920.html>
5. Голуб О.Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 338 с. — 978-5-394-01262-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57124.html>

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине Академия располагает следующей материально-технической базой:

- учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и

промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;

- библиотекой, имеющей рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами;
- помещением для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

В учебном процессе используется компьютерное и мультимедийное оборудование для демонстрации слайдов по темам лекций с использованием программ Microsoft Office 2010 Professional (Word, Excel, Access, PowerPoint).

Информационные технологии, программное обеспечение и справочные системы

1. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
2. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
3. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
4. www.biznes-karta.ru / -Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
5. [www. rbs.ru](http://www.rbs.ru) / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
6. www.aport.ru / - Поисковая система
7. www.rambler.ru / - Поисковая система
8. www.yandex.ru / - Поисковая система
9. www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
10. <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
11. <http://www.garant.ru/> - Гарант