



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра русской и зарубежной литературы

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

«Прикладные коммуникации»

Направление подготовки магистратуры: 45.04.01. «Филология»

1.	Цель изучения дисциплины: Закладка основ теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа субъектов коммуникации, объяснение информационных процессов в обществе, моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой, ознакомление с современными технологиями взаимодействия субъектов коммуникации с целевыми группами общественности и др.		
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП ВО магистратуры: Дисциплина «Прикладные коммуникации» входит в часть, реализуемую участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 45.04.01. «Филология», изучается в 1-2 семестрах.		
3.	Результаты освоения дисциплины (модуля) «Прикладные коммуникации»		
	Код и наименование компетенции	Индикаторы	Дескрипторы
	Универсальные компетенции (УК)		
	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Знать: принципы оценки и анализа проблемных ситуаций, методы и методики исследования. Уметь: применять различные подходы к изучению проблемы в целом и ее составляющим. Владеть: навыками системного и критического мышления, целеполагания, постановки и решения задач, планирования стратегических и тактических действий
	УК-3. Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели.	Знает: правила командного взаимодействия, разрешения конфликты и противоречий для достижения поставленной цели. Умеет: организовать и корректировать работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений. Владеет: планирования работы, навыками организации и модерирования дискуссий, распределения задач и контроля их выполнения.
	Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
	ОПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности, в том числе в педагогической,	ОПК-1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию в научной, педагогической, информационно-	Знать: законы риторики, методы и конструкции эффективной коммуникации в научной, педагогической, информационно-коммуникационной, переводческой и других видах



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра русской и зарубежной литературы

	широкий спектр коммуникативных стратегий и тактик, риторических и стилистических приемов, принятых в разных сферах коммуникации	коммуникационной, переводческой и других видах филологической деятельности.	филологической деятельности. Уметь: дифференцировать жанры речи для осуществления профессиональной деятельности и использовать стилистические и языковые нормы и приемы в различных видах устной и письменной коммуникации. Владеть: навыками коммуникации на профессиональном уровне.
	ОПК-3. Способен владеть широким спектром методов и приемов филологической работы с различными типами текстов	ОПК- 3.1. Корректно анализирует и интерпретирует различные типы текстов в зависимости от задач профессиональной деятельности.	Знать: принципы работы с текстом в научной, педагогической, журналистской, литературно-критической, прикладной и других видах деятельности. Уметь: применяет приемы лингвистического и литературоведческого анализа текста в избранной области филологии. Владеть: навыками самостоятельного создания текстов разных типов.
Профессиональные компетенции (ПК)			
	ПК-4. Владеет навыками участия в работе научных коллективов, проводящих филологические исследования	ПК-4.2. Принимает участие в обсуждении хода работы в рамках научного семинара, научной группы, другого исследовательского коллектива.	Знать: правила работы в профессиональных коллективах, правила ведения профессиональной межличностной коммуникации. Уметь: соотносить свою часть научного исследования с общей задачей научного коллектива. Владеть: навыками самостоятельной и командной работы.
4.	Структура и содержание дисциплины		
	4.1. Структура дисциплины		
	Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра
			1
			2
	Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:	4	
	Курсовой проект (работа)	Не предусмотрено	
	Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числе:	132	64
	Лекции	66	32
	Практические занятия, семинары	66	32
	Лабораторные работы		



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра русской и зарубежной литературы

Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	220	110	110
КСР	198	99	99
Зачет	22	11	11
Общая трудоемкость дисциплины	352	174	178

4.2. Содержание дисциплины

1. Базовое понимание коммуникации. Основные подходы: философский, социолого-психологический, технологический, лингвистический и другие. Типология, конструкции. Модели Аристотеля, Лассуэлла, Берло.
2. Психология массовой коммуникации. Особенности и характеристики массовой коммуникации. Теории влияния (повестки, культивации, социально-когнитивная, третьего и первого лица и другие). Манипуляция.
3. Структура и содержание современной массовой коммуникации. Художественная литература и кинематограф. Журналистика, связи с общественностью и реклама: социальные функции, цели и результаты, общность и различия. Целевая аудитория и целевые группы общественности.
4. Информационное право. Профессиональная этика и правовое регулирование массовой коммуникации. Дезинформация, диффамация, клевета. Авторское право. Закон о СМИ. Закон о рекламе. Саморегулирование и этические стандарты.
5. Журналистика в структуре социальных систем. Информационный процесс в журналистике. Журналистика как социальный институт. Социальная позиция. Понятия информационной системы, информационной сферы и информационной структуры. Признаки системности в журналистике. Медиасистема как совокупность каналов трансляции информации: особенности структурных и содержательных характеристик. Разновидности медиасистем. Печать, радиовещание и телевидение в структуре системы СМИ России. Новые средства массовой информации. Понятие мирового информационного порядка, закономерности его развития. Понятие видов журналистской деятельности. Информационная политика.
6. Рекламные коммуникации. Социальная, политическая и коммерческая реклама. B2b и b2c реклама. Понятия спонсорства, меценатства и благотворительности. Фандрайзинг.
7. Сущность и основные характеристики связей с общественностью. Объект и предмет СО. Субъекты СО. Типология. Сферы. Публицитный капитал, дискурс, общественное мнение. Медиарилейшнз. Ньюсмейкинг. Репутация и имидж. Бренд и брендинг. Социальная ответственность. СО (PR) как социальный институт. Модели PR-деятельности по Грюниту. Понятие общественности и PR-общественности. Типология групп общественности по Г. Даулингу. Понятие общественности и PR-общественности. Типология групп общественности по версии IPR, Ф. Сайтелю, Дж. Грюниту.
8. Филологическое обеспечение массовой коммуникации. Жанрообразование в письменных PR, рекламных и журналистских коммуникациях. Копирайтинг, спичрайтинг, сторителлинг.
9. Невербальная коммуникация. Кинесика (кинестетика). Паравербальное общение.
10. Цифровые коммуникации. Основные виды и значение цифровых коммуникаций. Кроссмедийность. Структура экосистемы цифровых коммуникаций.
11. Методы исследования в коммуникационном менеджменте. Диагностика систем управления коммуникациями. Анализ документов и контент-анализ, опросные методы, метод фокус-групп и экспертные методы исследования. Оценка эффективности управления коммуникациями.
12. Информационно-аналитическая работа, креативные процессы в коммуникативных процессах. Техники креативного мышления. Метод «мозгового штурма». Метод «обмена мнениями». Метод «начиная с конца». Метод учета всех «за и против». Метод аналогии. Методы предвидения. Индивидуальное предвидение. Предвидение по аналогии. Предвидение на основе теории вероятностей. Предвидение на основе устойчивых тенденций. Предвидение на основе учета развития событий в определенном направлении. Предвидение на основе циклического развития событий. Коллективное предвидение. Метод учета решающих моментов.
13. Коммуникация в управлении конфликтами. Понятие конфликта, его функции (дисфункции), типология и причины. Особенности коммуникаций на различных стадиях развития конфликта. Роль коммуникаций в стратегии предотвращения разрушительных форм конфликтного взаимодействия. Особенности коммуникаций в тактике поведения конфликтующих сторон. Коммуникационный менеджмент на этапе разрешения конфликта.



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Филологический факультет
Кафедра русской и зарубежной литературы

	<p>14. Публичные коммуникации в кризисных ситуациях. Общий алгоритм действий по подготовке к кризису и реакции на кризис.</p> <p>15. Ситуационный анализ. Структура ситуационного анализа. Этапы и стадии ситуационного анализа. Виды исследований. Основные понятия теории выборки. Шкалирование и виды шкал. Методы сбора информации. Количественные и качественные методы сбора информации. Источники информации.</p> <p>16. GR-коммуникации. Теоретические основы. Регулирование лоббистской деятельности. Основные технологии.</p> <p>17. Коммуникативные технологии. Понятие социально-коммуникативной технологии: сущность, структура, функции. Соотношение понятий «технология», «социальная технология» и «социально-коммуникативная технология». Основные характеристики СКТ. Типология.</p> <p>18. Основы интегрированных коммуникаций. Понимание ИК. Иерархия целей. Центробежные и центростремительные коммуникации. 10 золотых правил интегрирования по Полу Смити и др. Стандартные классификации каналов ИК по их физическим свойствам. Субъективизированная медиаметрия Абрахама Моля.</p> <p>19. Стратегические коммуникации. Понятие стратегии. Формула стратегических коммуникаций П.Смита. Типичные стратегии.</p> <p>20. Планирование коммуникационных кампаний. Определение и формулировка цели кампании: классификация целей, требования к формулировке целей, цели информирования, цели формирования отношений, цели формирования поведения. Разработка стратегии кампании, креативный сценарий. Тактическое планирование в рамках кампании. Планирование работы с целевыми группами общественности. Медиапланирование. Календарное и бюджетное планирование кампании. Коммуникативная составляющая кампании: существующие методики построения коммуникаций, основные составляющие коммуникационного процесса. Оценка эффективности кампании: подходы и уровни оценки.</p>
5.	<p>Образовательные технологии</p> <p>Используются следующие формы проведения занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - интерактивные лекции - тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков; - групповые, научные дискуссии, дебаты.
6.	<p>Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы</p> <p>http://openedu.ru http://window.edu.ru https://www.biblio-online.ru http://elibrary.ru</p>
7.	<p>Формы текущего контроля</p> <p>Контрольная работа, устный опрос, дискуссия, терминологический диктант, коллоквиум</p>
8.	<p>Форма промежуточного контроля</p> <p>Зачет</p>

Разработчик: к.пол.н., старший преподаватель Баркинхоева З.М.