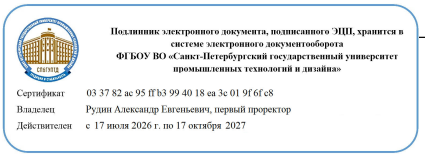
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР


Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3e 01 9f 6f e8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.10 Основы теории коммуникации

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ЗАО №1-3-25.plx

Кафедра: 38 Рекламы

Направление подготовки: (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) PR в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	4	4	127	9	4	Экзамен
	РПД	4	4	127	9	4	
Итого	УП	4	4	127	9	4	
	РПД	4	4	127	9	4	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент _____ Асташова Ольга Владимировна

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы _____ Смирнов Алексей Викторович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____ Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:
_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области знания структуры коммуникативного процесса, типов и видов коммуникации (межличностной, межкультурной, массовой) для успешной интеракции с различными аудиториями и умение решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе семиотических, лингвистических и социо-психологических подходов с использованием современных медийных средств.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучение средств, структурных компонентов, видов и форм коммуникации;
- применение теоретических моделей процесса коммуникации в профессиональной деятельности и при создании коммуникационных продуктов;
- формирование навыков коммуникационного взаимодействия (межличностное, публичное межкультурное) в различных профессиональных средах;
- формирование навыков работы, получения и распространения информации в электронных СМИ, знакомство с приемами воздействия медиасообщений на целевую аудиторию;
- знакомство с историческими вехами развития средств массовой коммуникации (СМК) и возникновения медиакоммуникации, с особенностями функционирования медиакоммуникационных систем в современном информационном обществе и системе СМК.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

Введение в коммуникационные специальности

Теория и практика массмедиа

Теория и практика рекламы

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Знать: основные виды, средства, формы и методы коммуникации, способы и методы теоретического описания процесса коммуникации и создания коммуникационных продуктов.
Уметь: применять теоретические модели коммуникационных процессов различных типов при создании медиа и коммуникационных продуктов.
Владеть: базовыми навыками осуществления профессиональных коммуникаций, основами и правилами коммуникационного взаимодействия в различных профессиональных средах.
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Знать: основные теоретические модели построения медиакоммуникационных систем.
Уметь: характеризовать факторы деятельности медиакоммуникационных систем на основании изученных теоретических моделей.
Владеть: навыками использования различных теоретических моделей медиакоммуникационных систем в профессиональной деятельности.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. Научные подходы к теории коммуникации	1			
Тема 1. Основные традиции в изучении коммуникации Определение и сущность понятия «коммуникация». Теория коммуникации как интегральная научная дисциплина. Особенности подходов к коммуникации в лингвистике, социологии, психологии, теории информации, культурологии, философии (по Р. Крейгу). Применение различных подходов к коммуникации в предметных областях рекламы и PR. Практическое занятие. Междисциплинарный подход к проблеме коммуникации		0,5	0,5	21
Тема 2. Структура коммуникативного процесса Основные элементы коммуникационного процесса: адресант, адресат, канал, код, кодирование, декодирование, контекст, коммуникативные барьеры. Роль и значение элементов коммуникативного процесса в процессе коммуникации. Модели коммуникации Г. Лассвелла К.Шеннона и У.Уивера, М. де Флера, Ч. Осгуда и У. Шрамма, Б.А. Успенского. Функции языка в коммуникативном акте (по Р.О. Якобсону). Практическое занятие. Модели коммуникации		0,5	0,5	21
Раздел 2. Межличностные и межкультурные аспекты коммуникации				
Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникация Семиотика коммуникации. Различие вербальной и невербальной коммуникации. Основные знаковые системы невербальной коммуникации: оптико-кинетическая, пара- и экстралингвистическая, организация пространства и времени коммуникативного процесса, визуальный контакт, гаптика, ольфакторика, - и их использование в маркетинге, рекламе и PR. Семиотическая природа рекламных и PR-текстов. Практическое занятие. Специфика вербальной и невербальной коммуникации.		0,5	0,5	21
Тема 4. Межкультурная коммуникация Этапы освоения «чужой» культуры, межкультурная компетентность и грамотность. Теории межкультурной коммуникации: теория высоко- и низкоконтекстуальных культур Э. Холла, теория культурных измерений Г.Хофстеде, теория моно-, поли - и реактивных культур Р. Льюиса. Особенности межкультурной коммуникации в работе сотрудника отдела рекламы и СО, применение знаний о межкультурных различиях при создании рекламных и PR-текстов. Практическое занятие. Анализ межкультурного взаимодействия		1	1	22

Раздел 3. Массовая коммуникация				
Тема 5. Эволюция форм социальной коммуникации Истоки и основные этапы развития средств коммуникации. Хронология общественных коммуникационных систем: словесность — книжность — мультимедийность. Масс-медиа как основная коммуникативная структура в условиях информационного общества. Развитие интернета как ядра СМК. Направления развития информационного общества в России и за рубежом, модернизация технических средств, перевод информации и знаний в электронную интернет- ориентированную форму. Теория медиа М. Маклюэна. Практическое занятие. История и эволюция СМК. особенности коммуникации в мультимедийной культуре.		0,5	0,5	21
Тема 6. Исследование аудитории и эффектов средств массовой коммуникации Отличие межличностной и массовой коммуникации. Когнитивный подход к воздействию СМК на индивида. Аудитория как адресат коммуникации. Обратная связь в системе взаимодействия коммуникатора с массовой аудиторией. Структура и функции средств массовой коммуникации в обществе и на индивидуальном уровне. Исследование эффектов СМК. Практическое занятие. Анализ эффектов сообщений, транслируемых по каналам СМК.		1	1	21
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	127
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5
Всего контактная работа и СР по дисциплине		10,5		133,5

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ОПК-1	Характеризует структурные особенности коммуникативного процесса, перечисляет методы описания коммуникативного процесса. Применяет различные подходы к коммуникации в предметных областях рекламы и PR. Выстраивает коммуникацию в различных профессиональных средах с учетом индивидуальных и национально-культурных особенностей коммуникатора и/или аудитории.
ОПК-5	Перечисляет современные теоретические подходы к изучению медиакоммуникаций Анализирует концепции и парадигмы, раскрывающие функции, механизмы и эффекты влияния медиа на аудиторию Применяет теорию медиакоммуникации в качестве концептуальной рамки для анализа процессов, происходящих в сфере медиа.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно	
	демонстрирующий глубокое понимание основ теории коммуникации, культурных и социальных различий, знание специфики текстов СМИ, приемов, воздействующих на аудиторию. Речь логично выстроена, подкреплена оригинальными примерами. Студент показывает самостоятельную работу с источниками и проработку основной и дополнительной литературы. Сопоставляет теоретические подходы к теории коммуникации, самостоятельно делает выводы. Практическое задание выполнено без ошибок. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Примеры, иллюстрирующие теоретические положения, неоригинальны. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. В практическом задании наличествуют ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
3 (удовлетворительно)	Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. Существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница важных терминов. Отсутствуют подкрепляющие примеры при ответе на теоретический вопрос. Практическое задание выполнено с многочисленными существенными ошибками. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора или непонимание заданного вопроса. Незнание значительной части элементов дисциплины (термины, определения, временные рамки этапов развития средств коммуникации). Неспособность выполнить практическое задание. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Каковы результаты (эффекты) воздействия средств массовой коммуникации на индивидуальное и массовое сознание?
2	Каковы функции средств массовой коммуникации на уровне индивида?
3	Каковы функции средств массовой коммуникации на уровне общества?
4	В чем отличие в трактовке адресанта, адресата, канала коммуникации и сообщения при изучении межличностной и массовой коммуникации?
5	В чем отличие мультимедийной коммуникационной культуры от предшествующих этапов?
6	Какова роль средств коммуникации в процессе развития культуры, согласно М.Маклюэну?
7	Какие этапы в развитии средств коммуникации можно выделить? Чем характеризуется каждый из них?
8	В чем отличие поли- и моно- и реактивных культур, согласно Р.Льюису?
9	По каким показателям можно измерять культурные ценности в межкультурной коммуникации, согласно Г. Хофстеду?
10	В чем отличие поли- и моно- и реактивных культур, согласно Р.Льюису?
11	В чем отличие высоко- и низкоконтекстуальных культур, согласно Э. Холлу?
12	Какую роль в межкультурной коммуникации играют культурная грамотность и культурная компетенция?
13	Каким образом теории межкультурной коммуникации могут помочь преодолеть межкультурные различия?
14	Как организация пространства и времени коммуникативного процесса влияет на успешность коммуникации?
15	Перечислите экстралингвистические компоненты невербальной коммуникации. Какова их роль в общении?
16	Перечислите паралингвистические компоненты невербальной коммуникации. Какова их роль в общении?
17	Каковы функции невербальной коммуникации? В каких функциях невербальная коммуникация выступает независимо от вербальной? В каких функциях дополняет вербальную коммуникацию?
18	Какие основные знаковые системы включает невербальная коммуникация?
19	Каковы функции вербальной коммуникации, по Р. Якобсону?
20	Опишите модель коммуникации Г. Лассуэлла. Какие задачи она решает? Выявите достоинства и недостатки модели.
21	Опишите модель коммуникации Ч. Осгуда и У. Шрамма. Какие задачи она решает? Выявите достоинства и недостатки модели.
22	Опишите модель коммуникации К.Шеннона и У.Уивера. Какие задачи она решает? Выявите достоинства и недостатки модели.
23	Каковы основные элементы коммуникативного процесса? Дайте определения и охарактеризуйте.
24	Сравните социокультурную и семиотическую традиции в теории коммуникации. В чем сильные и слабые стороны подходов?
25	Сравните социопсихологическую и феноменологическую традиции в теории коммуникации. В чем сильные и слабые стороны подходов?
26	Какие проблемы межличностной коммуникации можно решать с помощью социопсихологической традиции? кибернетической традиции? феноменологической традиции?

6.3.2 Типовые тестовые задания

1. Культура, в которой приняты тесные контакты между членами семьи, друзьями и коллегами, важное значение придается внешнему виду человека, манерам его поведения, относится к:

б) высококонтекстуальным культурам

а) низкоконтекстуальным культурам

2. По Г. Хофстеду, межкультурные различия могут быть «измерены» по шести основным показателям. Какой показатель лишний?:

ж) личностность - обезличенность

а) дистанция власти (от низкой до высокой)

б) коллективизм - индивидуализм

в) маскулинность - феминность

г) долгосрочная - краткосрочная временна́я ориентация

д) потворство желаниям - сдержанность

е) избегание неопределенности (от сильной до слабой)

3. Главными причинами межкультурных конфликтов являются:

в) несовпадение ценностных ориентаций, установок

а) гендерная принадлежность

б) общность менталитетов

4. Выстройте правильную хронологию общественных коммуникационных систем:

мультимедийность — рукописная книга - мануфактурное книгопечатание - словесность - машинная полиграфия

5. Какая из перечисленных характеристик относится к межличностной коммуникации:

б) непосредственный контакт в общении

а) опосредованность общения техническими средствами

6. По какому критерию коммуникация классифицируется на межличностную, групповую и массовую:

б) по составу участников;

а) по способу установления и поддержания контакта;

в) по степени организованности;

г) по используемым знаковым системам.

7. Какая традиция рассматривает коммуникацию как межличностное взаимодействие и влияние:

а) кибернетическая

б) социопсихологическая

в) критическая

г) риторическая

д) социокультурная

е) семиотическая

ж) феноменологическая

8. Понятие «энтропия» связано:

а) с теми случаями, когда неполное или искаженное сообщение все же получено приемником благодаря его способности распознать сообщение, несмотря на искажения и недостающую информацию

б) с внешними факторами, которые искажают сообщение, нарушают его целостность и возможность восприятия приемником

в) с повторением элементов сообщения для предотвращения коммуникативной неудачи

9. Какая функция средств массовой коммуникации может быть определена как «выражение образцов доминирующей культуры и «узнавание» субкультур»:

а) информационная

б) регулирующая

в) коммуникативная

г) развлекательная

д) нормативная

10. Канал коммуникации – это:

а) специальный маршрут или технология, используемая для доставки сообщения получателю

б) способ кодирования сообщений

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1.

Иллюстрациями каких традиций в коммуникалогии могут служить следующие отрывки из литературных произведений?

1) Н.Олейников. «Перемена фамилии» (отрывок)

Пойду я в контору "Известия",
Внесу восемнадцать рублей
И там навсегда распрощаюсь
С фамилией прежней моей.
Козловым я был Александром,
А больше им быть не хочу!
Зовите Орловым Никандром,
За это я деньги плачу.
Быть может, с фамилией новой
Судьба моя станет иной
И жизнь потечет по-иному,
Когда я вернуся домой.
Собака при виде меня не залает,
А только замашет хвостом,
И в жакте меня обласкает
Сердитый подлец управдом…

2) Разница между леди и цветочницей заключается не в том, как она ведет себя, а в том, как к ней относятся (Б. Шоу «Пигмалион», слова Элизы Дулиттл)

3) О.Мандельштам (отрывок)

Мы напряженного молчанья не выносим, -
Несовершенство душ обидно, наконец!
И в замешательстве уж объявился чтец,
И радостно его приветствовали: "Просим!"

Задание 2.

У вас есть стол, два стула, диван, шкаф, окно со шторой, лампа, ваза с цветами. Разместите эти предметы и изобразите коммуникаторов (на рисунке) таким образом, чтобы коммуникативная среда соответствовала разговору

1) людей, испытывающих антипатию друг к другу;
2) людей, испытывающих симпатию друг с другом;
3) людей, ведущих деловые переговоры.

Аудитория делится на микрогруппы. Каждая микрогруппа представляет свой рисунок. Затем обсуждаются позы говорящих и параметры среды, влияющие на ситуацию общения.

Задание 3.

Студентам дается список пословиц, характерных для разных культур. Студентам предлагается обсудить ценности культуры, к которой относится каждая из пословиц, и соотнести их с ценностями родной культуры.

Например:

1) «Сначала ноша, потом отдых» (нем.),
2) «Разговор – сильнее насилия» (япон.),
3) «Счастлива та страна, у которой нет истории» (амер.)
4) «Работа – не волк, в лес не убежит» (русск.)

Задание 4.

Студентам предлагается подобрать русскоязычные эквиваленты следующим англоязычным идиомам, касающиеся разных стран и национальностей (источник: http://englsecrets.ru)

1. It’s all Greek to me – это выражение обычно используется нами, когда мы не можем понять написанного или услышанного

2. Chinese Whispers – это распространенное выражение применимо к ошибкам и неточной информации, исходящей из слухов и сплетен.

3. Talk for England – это когда кто-то может говорить часами.

4. Go Dutch – означает платить в кафе или ресторане только свою часть счета.

5. A Mexican Standoff – безвыходное положение или тупиковая ситуация.

На обсуждение выносятся следующие вопросы:

- какая оценка представителей других культур содержится в этих идиомах?
- приходилось ли вам общаться с представителями упомянутых культур?
- насколько отличаются образы упомянутых культур в русской культуре?
- знаете ли вы подобные идиомы в русском языке?

Задание 5.

Студентам предлагается рассмотреть рекламный ролик:

Японский автопроизводитель Honda представил эпичный рекламный ролик суб-компактного кроссовера HR-V. Автомобиль новой модели проезжает не только по дорогам современного мира, но по и важным историческим вехам. В новом ролике Honda медленно и бесстрашно «проезжает» Великую французскую революцию, Августовскую революцию 1963 года в Республике Конго, сексуальную революцию, активный призыв хиппи к свободе и даже первую высадку человека на луну. Несмотря на огонь, войну и непроходимые дорожные условия, новый кроссовер, естественно, не получает ни царапинки, наглядно символизируя таким образом революцию на колесах.

Какую из функций СМК (на социальном и на индивидуальном уровне) выполняет данное рекламное сообщение? Какой предполагаются эффект данного сообщения?

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование	+	Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация может проводится в двух формах:

1. Экзамен проводится в устном виде. Студенту предлагается один теоретический вопрос и одно практическое задание. На подготовку к теоретическому вопросу и практическому заданию выделяется 40 мин. Преподаватель сообщает об оценке в тот же день. Пользоваться справочными материалами, конспектами лекций, сетью Интернет на экзамене запрещается.

В итоговой оценке учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

2. Тестирование проводится в письменной форме на бумажном носителе. Студенту предлагается 40 вопросов в тесте, включая практико-ориентированные вопросы, с вариантами ответов. Время, отведенное на прохождение тестирования, составляет 1 ч. 30 мин. На время проведения тестирования запрещено иметь при себе средства связи, письменные заметки и иные средства хранения и передачи информации, разговаривать между собой. В случае нарушения лицом, участвующим в тестировании, указанных запретов ему выносится предупреждение, при повторном нарушении – он удаляется с тестирования. За правильный ответ на каждый тестовый вопрос предлагается присваивать 1 балл.

Не сдавшим тестирование является обучающийся, ответивший правильно менее чем на 20 тестовых вопросов и набравшее соответственно менее 20 баллов.

Результаты тестирования сообщаются непосредственно в день его проведения.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Асташина, О. В.	Деловые коммуникации	Саратов: Вузовское образование	2021	https://www.iprbookshop.ru/117617.html
Дзялошинский, И. М.	Коммуникация и коммуникативная культура	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2022	http://www.iprbookshop.ru/115017.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Пивоварова, О. П.	Риторика	Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/81493.html
Зайцева, А. В.	Теория коммуникации	Луганск: Книта	2021	http://www.iprbookshop.ru/111217.html
Дзялошинский, И. М.	Культура массовых коммуникаций	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/109257.html
Гридина, В. В.	Теория и практика социальных коммуникаций	Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2019	http://www.iprbookshop.ru/111426.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: http://www.iprbookshop.ru/

Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: http://psyfactor.org/

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска