

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2026 14:56:38
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 12 тем и направлена на изучение принципов, моделей и процессов коммуникации как ключевого аспекта взаимодействия людей, организаций и общества в целом, а также на развитие навыков эффективного общения и воздействия через различные каналы связи.

Целью освоения дисциплины является раскрытие сущности массовой коммуникации, знакомство студентов с основными теориями массовой коммуникации, демонстрация состояния системы средств массовой коммуникации и их роли в современной России и раскрытие механизма воздействия СМК на массовое сознание.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы теории коммуникации» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата; УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; УК-3.5 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.6 Участвует в командной работе по выполнению поручений;
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Основы теории коммуникации».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Социология;	Преддипломная практика; Основы менеджмента; Управление человеческими ресурсами; HR-коммуникации в PR**; Нейминг**; Введение в лингвомаркетинг**; Основы контент-маркетинга**; Интеллектуальное право**; Современные форматы Sales Promotion**; Контент цифровых медиа**; Юридическое сопровождение в рекламе и PR**; Социальный маркетинг**; Внутренние коммуникации**; Практикум ведения переговоров**; Визуальная идентификация брендов**;
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Политология; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;	Преддипломная практика; Технологии проектирования и производства в маркетинговых коммуникациях; Креативные технологии в цифровой среде; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам; Тренды маркетинговых коммуникаций; Психология рекламы и PR;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы теории коммуникации» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	34		34
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	40		40
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы*

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Коммуникационные процессы в обществе	1.1	Коммуникация	Понятие, функции, структура.	ЛК, СЗ
		1.2	Основные теории и концепции коммуникации.	Теории коммуникации описывают ее как передачу информации и знаков и как социальное взаимодействие: модели Шеннона–Уивера, Лассуэлла, Якобсона; семиотика Соссюра/Пирса; кодирование/декодирование Стюарта Холла; SMCR Берло. Социокультурные, прагматические и критические подходы акцентируют контекст, смыслы и власть: символический интеракционизм (Мид/Гоффман), «прагматика человеческих коммуникаций» (Вацлавик), системная теория (Луман), медиа-детерминизм (Маклюэн), теория использования и удовлетворения, диффузия инноваций.	ЛК, СЗ
		1.3	Виды коммуникации.	Виды коммуникации классифицируют по уровню и среде: внутриличная, межличностная, групповая, организационная, массовая; очная и медиированная (цифровая), человек–машина; вербальная, невербальная, паравербальная, визуальная; синхронная и асинхронная. По целям и структуре: формальная/неформальная, межкультурная, односторонняя/двусторонняя, симметричная/асимметричная, вертикальная/горизонтальная, публичная/частная.	ЛК, СЗ
		1.4	Психология речевой коммуникации.	Психология речевой коммуникации изучает, как когнитивные и эмоциональные процессы влияют на кодирование и декодирование сообщений: внимание, память, схемы, атрибуции, эмпатия, а также роль невербальных и паравербальных сигналов. Рассматриваются интенции и прагматика высказываний, убеждение (этос/логос/патос), когнитивные искажения и барьеры, а также навыки эффективного общения — активное слушание, «я-высказывания», рефрейминг и обратная связь.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Развитие коммуникаций в эпоху глобализации	2.1	Массовое сознание как объект и субъект массовой коммуникации.	Массовое сознание — это совокупность общих представлений, стереотипов и эмоциональных установок больших групп, формируемая медиа через повестку, фрейминг, прайминг и эффекты социализации. Как субъект коммуникации оно проявляется через обратную связь аудитории, пользовательский контент, сетевые взаимодействия и коллективные действия, которые переопределяют медиадискурс.	ЛК, СЗ
		2.2	Массовое политическое сознание	Сущность и формы проявления.	ЛК, СЗ
		2.3	Манипуляции в СМК	Стратегии и приемы воздействия на массовое и индивидуальное сознание.	ЛК, СЗ
		2.4	СМК как система и их влияние на массовое сознание.	СМК как система — это институционально и технологически организованный комплекс производителей контента, каналов, аудиторий, норм и обратной связи, выполняющий функции информирования, социализации, развлечения и контроля. Их влияние на массовое сознание осуществляется через повестку дня, фрейминг, прайминг, культивацию, повтор и эмоциональные апелляции, а также сетевые и алгоритмические эффекты.	ЛК, СЗ
		2.5	Печатные издания.	Типологическая структура, особенности развития современного рынка	ЛК, СЗ
		2.6	Особенности радио и телевидения в системе социальных коммуникаций	Радио — оперативное, мобильное и «интимное» медиа нишевых сообществ и живых эфиров; телевидение — аудиовизуальное, событийное и стандартизированное медиа массового охвата, формирующее рамки повестки и визуальные нормы. В	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
			в информационном обществе.	информационном обществе оба канала конвергируют с интернет-платформами: трансмедийные форматы, стриминг и подкасты, интерактив и «второй экран», персонализация и алгоритмы, кросс-медийные метрики — усиливают фрагментацию аудиторий и конкуренцию за внимание.	
		2.7	Роль информационных агентств в системе массовых коммуникаций.	Информационные агентства — инфраструктурные узлы массовых коммуникаций, обеспечивающие сбор, верификацию и сверхоперативное распространение новостей через ленты и API, снижая издержки редакций и задавая стандарты факта, формата и этики. Через синдикацию и сетевые эффекты они формируют повестку дня и новостной цикл для ТВ, радио и онлайн-платформ, поддерживая глобальные и локальные контуры обмена информацией, в том числе в кризисных ситуациях.	ЛК, СЗ
		2.8	Глобализация и роль компьютерной коммуникации в обществе.	Глобализация — это усиление взаимосвязанности и ускорение информационных потоков, «сжатие» пространства-времени и формирование транснациональных коммуникационных полей. Компьютерная коммуникация выступает базовой инфраструктурой сетей и платформ, обеспечивая мгновенную связность, сетевые эффекты и персонализацию, трансформируя производство/распространение смыслов и порождая риски информационной перегрузки, дезинформации, утраты приватности и цифрового неравенства.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для вузов / Д. П. Гавра. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 231 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06317-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469805>

2. Глинская И.Ю. Человек в системе массовых коммуникаций. Монография. М., Проспект. 2009., 171 с.

Дополнительная литература:

1. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации: учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 200 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06898-6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/474259>

2. Бакулев Г.П. Массовые коммуникации: западные теории и концепции. М., 2016

3. Березин В.М. Массовая коммуникация: Сущность, каналы, действия. М., 2020

4. Гаджиев К. С. Имидж как инструмент культурной гегемонии. //Мировая экономика и международные отношения. № 12, 2007

5. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб. 2017

6. Копьев В.В. СМК в контексте глобализации мировой экономики и развития информационного пространства России. М., Научная книга. 2015

7. Лассуэлл Г. Как интегрировать науку, мораль и политику // Социально-политические науки. -№11, 1990

8. Медиа под ред. Адама Бриггза и Поля Кобли. М. 2005

9. Назаретян А.П. Психология массового поведения. М., 2017

10. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование. Битва за узнаваемость. СПб.: Питер, 2004. 256 с

11. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М., 2019

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Основы теории коммуникации».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИКИ

Доцент

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой

Должность

Глинская И.Ю.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О