

Аннотация рабочей программы дисциплины программы профессиональной переподготовки «Медиаменеджмент»

1. Наименование дисциплины: «Теории и практики коммуникаций»;

2. Автор-составитель: доцент кафедры менеджмента и культурной политики ОАНО «МВШСЭН» Мороз О.В.;

3. Форма обучения: Очная форма обучения;

4. Цель освоения дисциплины: Формирование у обучающихся компетенции в области Связи (информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

5. Основные темы дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Концепции и модели коммуникации	Проблемы коммуникации в науке XX-XXI века. «Дискурсивный поворот» в исследовании коммуникации. Коммуникация и язык в механистической (технократической) и деятельности (интеракционистской) научной парадигме. Информационно-кодовые (Г. Лассуэлл, К. Шеннон-У. Уиверр, Н. Винер) и интеракционные модели коммуникации (Т. Ньюкомб, Э. Гоффман, Д. Шиффрин).
Тема 2	Коммуникация как процесс и структура	Коммуникативный процесс: проблемы производства, кодирования, распространения, приема, декодирования и использования информации. Рациональная (волевая, произвольная) и импульсивная (спонтанная, непроизвольная, помимовольная) коммуникация. Коммуникативная деятельность и поведение. Основные элементы коммуникативной структуры: источник сообщения (адресант, отправитель, коммуникатор), получатель сообщения (адресат, респондент, аудитория), мотив (цель) взаимодействия, сообщение, канал, код (язык), контекст (коммуникативная ситуация), обратная связь, шум (барьер).
Тема 3	Средства коммуникации	Структурно-семiotический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.
Тема 4	Массовая коммуникация и медиа в социологическом дискурсе	Коммуникация – вид социальной практики. Массовая коммуникация: определение. Типологии современных медиа. Коммуникативистика как наука о массовой коммуникации и ее средствах. Синтетические теоретические основы коммуникативистики. Журналисты, политологи, экономисты, культурологи, этнографы, психологи, филологи о массовой коммуникации.
Тема 5	Теории и модели массовой коммуникации	Массовая коммуникация как социальная система. Функции массовой коммуникации. Теория социального научения. Теория культивирования. Теории социализации. Теория использования и удовлетворения. Теория установления (навязывания) повестки дня. Когнитивная(конструктивистская) теория.
Тема 6	Средства массовой информации и общество	Роль массовой информации в контексте базовых прав и свобод личности. У. Липпманна и Дж. Дьюи о роли СМИ в демократическом обществе. Концепции свободы печати Дж. Милтона, Дж. Локка. И. Бентама, Дж. Ст. Милля.
Тема 7	Медиасреда современного общества	СМИ как социальные институты. Понятие «медисреда». Структура медиасреды, основные институциональные образования, содержание и определяющие факторы развития. Территориальная картография медиасред. Особенности медиасреды Российского общества.

6. Формы текущего контроля успеваемости: Устный опрос;

Формой промежуточной аттестации является Зачет с оценкой в виде устного ответа на вопросы.

7. Дисциплина формирует следующие компетенции:

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПСК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<p>Знает: способы анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия;</p> <p>Умеет: анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывать актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии;</p> <p>Владеет: навыками выстраивания социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп</p>

8. Основная литература:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции (3-е издание);
2. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование Дашков и К, 2015;
3. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование. Теория и практика ЮНИТИ-ДАНА, 2015 <http://www.iprbookshop.ru/52673.html>