

# СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ КОММУНИКАЦИИ

## Б1.О.04

### Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Современные концепции коммуникации» является формирование знаний о современных школах и трендах коммуникативной науки, существующих в разных странах, выявление их специфики и понимание прикладных аспектов коммуникативных дискурсов,

*Основными задачами дисциплины являются:*

1. изучение концептуальных подходов распознавания современного коммуникационного пространства, его структурирования с помощью коммуникативных единиц;
2. освоение современных парадигм исследования и методов описания комплекса коммуникативных практик в различных сферах;
3. изучение научных традиций, существующих в разных школах;
4. отработка технологий управления коммуникациями и освоение алгоритмов решения локальных задач в сфере личной и неличной форм коммуникации.

### 2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Дисциплина «Современные концепции коммуникации» является базовой частью цикла Б1 «Дисциплины (модули)» подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Содержание данного курса соответствует требованиям ФГОС ВО и предназначено для обучения основным знаниям и навыкам профессиональной коммуникационной деятельности магистров с целью обеспечения эффективной организации профессионального коммуникативного пространства.

В системе подготовки магистра по направлению «Реклама и связи с общественностью» курс «Современные концепции коммуникации» органично связан с другими курсами учебной программы магистратуры: «Тенденции развития рекламы и связи с общественностью», «Разработка медиапланов», «Маркетинговые стратегии в современном бизнесе», «Научные концепции брендинга», «Информационные технологии в массовой коммуникации», «Консалтинг в коммуникационной политике компании», «Коммуникации бизнеса и власти», «Коммуникационный менеджмент» и т.д., которые выявляют механизмы конструирования коммуникативного пространства и вырабатывают навыки его структурирования. Интеграция различных областей знания в программе специальной подготовке магистров, формирует способность самостоятельно приобретать новые знания и

коммуникативные качества, учитывая специфику сферы профессиональной деятельности; умения применять современные информационные технологии и адаптироваться к изменениям окружающей среды и новым технологиям; навыки ведения переговоров, работы в команде.

Сегодня реклама и PR настолько влияет на наше общество, что можно говорить о наступлении «эпохи коммуникации». Действительно, реклама и пиар широко используется представителями очень многих профессий, например, при обмене мнениями с коллегами по работе, при разговоре с начальством, в ходе переговоров с партнёрами по бизнесу, поставщиками и покупателями. Чем лучше этот обмен протекает, тем быстрее мы можем достичь своих профессиональных целей. В частных случаях общения с помощью партнерского и бесконфликтного обмена мы создаём, прежде всего, гармонию, чувство уверенности и глубокого взаимопонимания. Уверенная коммуникация помогает также завоевать доверие. Понимание других людей и чувство, что понимают тебя, резко повышает качество нашей жизни. Так мы учимся управлять важными для нас аспектами жизни. Поэтому знать правила и законы конструирования коммуникативного пространства просто необходимо для того, чтобы чувствовать себя в мире как «рыба в воде» и держаться в обществе «на плаву». В этом состоит главное назначение данной дисциплины.

Актуальность ее связана с тем, что коммуникативное пространство - это набор стратегий и технологий структуризации и колонизации образно-знаковой сферы, задающей модели поведения различных акторов. Очевидно, что на пути к успешной коммуникации есть много камней преткновения и препятствий. Успешная коммуникация (интеракция или массовая) - это бесконфликтный обмен информацией. Какие для этого есть стратегии и насколько они разнообразны? С другой стороны, успешная передача информации означает, что высказывания собеседника должны быть восприняты и поняты. Находясь в одном времени и пространстве с другими людьми, мы постоянно общаемся с ними. Иногда только с помощью взглядов и языка тела, но чаще вербально. Основное значение при этом имеет способность правильно выразить свои мысли и правильно понимать своего собеседника. Именно эта способность определяет то, как мы приспосабливаемся к среде, в которой находимся, и как при этом воспринимаем себя и других людей. Таким образом, значение курса «Современные концепции коммуникации» определяется его *содержанием*: в нем дана характеристика стратегий и технологий коммуникации как новой методологии в развитии public relations, осуществлены анализ и систематизация основных подходов к пониманию коммуникации, описан инструментарий и технологии реализации

коммуникативных стратегий в различных сферах общества - экономической, политической, социальной. Приобретенные знания и навыки позволяют расширить методологическую и инструментальную базу профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Современные концепции коммуникации»**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Современные концепции коммуникации», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Реклама и связи с общественностью».

Процесс освоения данной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**УК-1** - Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

**ОПК-1** - Способность планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей и иных знаковых систем

**ОПК-3** - Способность анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

**ПК-7** - Способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте, интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** современные концепции коммуникации; правила разработки материалов прогнозно-аналитического характера, формы и методы ведения научно-исследовательской работы; правила создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

**Уметь:** представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции; разрабатывать планы и программы коммуникационной деятельности, технико-экономические обоснования коммуникационных проектов;

**Владеть:** способностью решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте, интерпретировать и представлять результаты научных исследований.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.