

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Уржумова Ольга Федоровна

Должность: Заведующая кафедрой информационно-библиотечной деятельности и документоведения

Дата подписания: 20.05.2026

Уникальный программный ключ:

bbd2194e920f2e8a83e7c9c0f19946f0fa3083c2

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет гуманитарного образования

Кафедра информационно-библиотечной деятельности и документоведения

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой информационно-библиотечной деятельности и документоведения

 О.М. Уржумова

«20» мая 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
Б1.В.02 Технологии социальных коммуникаций**

**Направление подготовки** 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность»

**Профиль подготовки** «Информационные и документные ресурсы в цифровой среде»

**Квалификация (степень) выпускника** – бакалавр

**Форма обучения** – очная, заочная

**Год начала подготовки** – 2026

Краснодар

2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность», утвержденным приказом Министерством образования и науки РФ от 6 декабря 2017 года № 1182 и основной профессиональной образовательной программой.

**Рецензенты:**

Директор МУК «Централизованная  
библиотечная система» г. Краснодара

Н.Г. Гребещенко

Кандидат культурологии, заведующий  
кафедрой  
социально-культурной деятельности  
ФГБОУ ВО «Краснодарский  
государственный  
институт культуры»

Л.Н. Кондратьева

**Составитель:**

Штратникова А.В., канд. пед. наук, доцент кафедры ИБДиД

Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии социальных коммуникаций» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры ИБДиД от «20» мая 2026 г. протокол № 11.

Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии социальных коммуникаций» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «29» мая 2026 г. протокол № 10.

**Содержание**

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
4. Структура и содержание дисциплины	4
4.1. Структура дисциплины:	4
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	5
5. Образовательные технологии	35
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	36
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	49
7.1. Основная литература	49
7.2. Дополнительная литература	49
7.3. Периодические издания.	50
7.4. Интернет-ресурсы.	50
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	50
7.6. Программное обеспечение.	55
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	55
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	56

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели освоения дисциплины:** Формирование профессионального самосознания студентов в качестве организаторов, исследователей и непосредственных участников всех видов, уровней и форм социальной коммуникации. Исходным для построения курса является понимание социальной коммуникации как движения смыслов (знаний, умений, эмоциональных и волевых воздействий) в социальном времени и пространстве.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Обязательные дисциплины».

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
ПК-2 Готовность к участию в информационно-аналитическом, организационном и нормативно-правовом сопровождении профессиональной деятельности и профессиональных коммуникаций	Особенности организации информационно-аналитического сопровождения профессиональной деятельности и профессиональной коммуникации, нормативно-правовую документацию, регламентирующую библиотечно-информационную деятельность; особенности организации планирования, учета и отчетности в библиотеках и информационных службах, статистические показатели библиотечной и информационной деятельности	Разрабатывать технологию информационно-аналитического сопровождения профессиональных сфер деятельности; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности; осуществлять статистический анализ деятельности библиотеки; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности	Методами поиска, сбора, анализа, обобщения информации, навыками работы с информацией в сети Интернет; навыками применения технологий информационно-аналитического сопровождения профессиональных сфер деятельности, методами статистического анализа деятельности библиотеки; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в библиотечно-информационной сфере

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 63 зачетных единицы 216 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) и промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	К	СР	
1	Основы теории социальных коммуникаций.	4	1-3	4	8		4	Проверка конспекта, устный опрос
2	Цифровые социальные сети и библиотека	4	4-7	4	10		4	проверка конспекта
3	Медийная структура современной библиотеки	4	8-12	4	8		4	устный опрос
4	Интернет-технологии и цифровые инструменты взаимодействия	4	13-16	6	10		6	проверка конспекта
<b>ИТОГО в 4 семестре</b>		<b>4</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>36</b>		<b>18</b>	
5	Организация мероприятий и проектов с использованием социальных коммуникаций	5	1	4	8		9	проверка конспекта
6	Этические и правовые аспекты социальных коммуникаций	5	2-3	4	8		8	проверка конспекта
7	Практическое применение технологий социальных коммуникаций	5	4-6	4	8		8	проверка конспекта
8	Реклама и медиапланирование в библиотечно-информационной деятельности	5	10-11	4	8		8	Разработка и проверка проекта
<b>ИТОГО в 5 семестре</b>				<b>16</b>	<b>32</b>		<b>33</b>	

ИТОГО:			34	68		51	На контроль 27
--------	--	--	----	----	--	----	----------------

#### 4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
<b>4 семестр</b>			
<b>Тема 1.</b> Основы теории социальных коммуникаций	<p><b>Лекция 1:</b> Концептуальные основы социальной коммуникации. Структура, предмет, задачи, категории и понятия науки о социальных коммуникациях. Обыденное и научное понимание коммуникации. Движение социальной информации в обществе, механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов в социальной среде. Типы коммуникации. Социальная коммуникация как движение смыслов в социальном времени и пространстве.</p> <p><b>Практические занятия (семинары):</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение понятия социальной коммуникации и её роль в обществе.</li> <li>2. Коммуникативные процессы и участники коммуникации.</li> <li>3. Формы и виды социальной коммуникации (массовая, межличностная, групповая).</li> <li>4. Принципы эффективной коммуникации и барьеры восприятия информации.</li> </ol> <p><b>Основные понятия темы:</b> <i>Социальная коммуникация</i> есть движение смыслов в социальном времени и пространстве. Коммуникационные аспекты эволюции культуры. Науки: логика, лингвистика, герменевтика, языкознание, социология, психология, документалистика. Метатеория социальной коммуникации – межнаучная обобщающая теория, формирующаяся на основе различных наук, изучающие те или иные грани социальных коммуникаций. <i>Функции</i> социальной коммуникации: информационная, прагматическая и экспрессивная.</p> <p><i>Вопросы для размышления:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем разница между объектом и предметом исследования?</li> <li>2. Каковы базовые составляющие социальной</li> </ol>	4	ПК-2
		8	

	<p>коммуникации и проблемные вопросы, связанные с ними?</p> <p>3. Перечислите основные функции социальной коммуникации?</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа</u> Провести терминологический анализ основных понятий курса</p>	2	
	<p><b>Лекция 2:</b> Классификация моделей социальной коммуникации (линейные, интерактивные, транзакционные). Методы анализа коммуникационного процесса (контент-анализ, фокус-группы, опросы). Оценка влияния сообщений на аудиторию. Примеры успешных коммуникационных решений в работе библиотек.</p>	2	ПК-2
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные модели и методы анализа социальных коммуникаций</li> <li>2. Классификация моделей социальной коммуникации (линейные, интерактивные, транзакционные).</li> <li>3. Методы анализа коммуникационного процесса (контент-анализ, фокус-группы, опросы).</li> <li>4. Оценка влияния сообщений на аудиторию.</li> <li>5. Примеры успешных коммуникационных решений в работе библиотек.</li> </ol>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u> Подготовка письменных работ (эссе, рефератов)</p>	2	
<p><b>Тема 2.</b> Цифровые социальные сети и библиотека</p>	<p><b>Лекции 3:</b> Особенности функционирования цифровых социальных сетей</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Типы социальных сетей и их аудитория.</li> <li>* Специфические характеристики каждой социальной сети (VKontakte, MAX).</li> <li>* Алгоритмы рекомендаций и формирования ленты новостей.</li> <li>* Форматы публикаций и взаимодействие пользователей в разных социальных сетях.</li> </ul>	2	ПК-2
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u> Возникновение и развитие коммуникационных каналов</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коммуникационный канал как материальная сторона социальной коммуникации.</li> <li>2. Разновидности коммуникационных каналов.</li> <li>3. Типы социальных сетей и их аудитория.</li> <li>4. Специфические характеристики каждой социальной сети (VKontakte, MAX).</li> <li>5. Алгоритмы рекомендаций и формирования ленты новостей.</li> <li>6. Форматы публикаций и взаимодействие пользователей в разных социальных сетях.</li> </ol>	4	

	<u>Самостоятельная работа</u> Характеристика коммуникационных каналов	2	
	<b>Лекция 4: Использование социальных сетей библиотекой для продвижения услуг и ресурсов</b> * Выбор подходящей социальной сети для целей библиотеки. * Стратегии контент-планирования и публикации материалов. * Правила взаимодействия с пользователями (ответы на запросы, организация обсуждений). * Изучение лучших практик присутствия библиотек в социальных сетях.	2	ПК-2
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Выбор подходящей социальной сети для целей библиотеки. * Стратегии контент-планирования и публикации материалов. * Правила взаимодействия с пользователями (ответы на запросы, организация обсуждений). * Изучение лучших практик присутствия библиотек в социальных сетях.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Характеристика основных стадий	2	
<b>Тема 3.</b> Медийная структура современной библиотеки	<b>Лекции 5:</b> <b>Роль традиционных медиа-ресурсов в деятельности библиотеки</b> 1. Исторический аспект медийного позиционирования библиотек. 2. Традиционные формы подачи информации: пресс-релизы, афиши, листовки. 3. Кооперация с местными СМИ и влияние на общественное мнение. 4. Преимущества и ограничения традиционных каналов передачи информации.	2	ПК-2
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Роль традиционных медиа-ресурсов в деятельности библиотеки * Исторический аспект медийного позиционирования библиотек. * Традиционные формы подачи информации: пресс-релизы, афиши, листовки. * Кооперация с местными СМИ и влияние на общественное мнение. * Преимущества и ограничения традиционных каналов передачи информации.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Характеристика основных социально-коммуникационных институтов	2	
	<b>Лекции 6:</b> Создание и управление контентом в цифровой среде 1. Процесс создания качественного контента для библиотеки. 2. Работа с визуализацией (графика, инфографика,	2	

	<p>видеоролики).</p> <p>3. Управление каналами распространения информации (блоги, соцсети, рассылки).</p> <p>4. Мониторинг реакции аудитории и обратная связь.</p>		
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <p>Создание и управление контентом в цифровой среде</p> <p>* Процесс создания качественного контента для библиотеки.</p> <p>* Работа с визуализацией (графика, инфографика, видеоролики).</p> <p>* Управление каналами распространения информации (блоги, соцсети, рассылки).</p> <p>* Мониторинг реакции аудитории и обратная связь.</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Разработка контента для цифровой среды</p>	2	
<p><b>Тема 4.</b> Интернет-технологии и цифровые инструменты взаимодействия</p>	<p><b><u>Лекция. 7</u> Современные онлайн-платформы и сервисы для социального взаимодействия</b></p> <p>1. Возможности и преимущества популярных платформ (Telegram, VK, Яндекс, МАХ, Сбер Джайз).</p> <p>2. Онлайн-сервисы организации мероприятий и дистанционной работы.</p> <p>3. Электронные каталоги и системы бронирования ресурсов.</p> <p>4. Интеграция инструментов обратной связи (чат-боты, опросники).</p>	2	ПК-2
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <p>* Возможности и преимущества популярных платформ (Telegram, VK, Яндекс, МАХ, Сбер Джайз).</p> <p>* Онлайн-сервисы организации мероприятий и дистанционной работы.</p> <p>* Электронные каталоги и системы бронирования ресурсов.</p> <p>* Интеграция инструментов обратной связи (чат-боты, опросники).</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p><i>Работа в популярных платформах (Telegram, VK, Яндекс, МАХ, Сбер Джайз)</i></p>	2	
	<p><b><u>Лекция 8.</u> Инструменты веб-аналитики и мониторинга эффективности коммуникационных кампаний</b></p> <p>1. Применение сервисов аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика).</p> <p>2. Отслеживание ключевых показателей эффективности (посещаемость, вовлеченность, конверсия).</p> <p>3. Сбор статистики и подготовка отчетов по</p>	2	

	активности аудитории. 4. Оптимизация коммуникационных усилий на основе полученных данных.		
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Применение сервисов аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика). 2. Отслеживание ключевых показателей эффективности (посещаемость, вовлеченность, конверсия). 3. Сбор статистики и подготовка отчетов по активности аудитории. 4. Оптимизация коммуникационных усилий на основе полученных данных.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Отслеживание ключевых показателей эффективности (посещаемость, вовлеченность, конверсия). Составление отчетов.	2	
	<b>Вид итогового контроля (зачет)</b>	72	<i>Лекций - 18 Практ – 36 Срс - 18</i>
<b>Тема 5.</b> Организация мероприятий и проектов с использованием социальных коммуникаций	<b>Лекция 9 Планирование и проведение мероприятий с привлечением аудитории через социальные сети</b> * Этапы планирования мероприятия (цели, целевые группы, выбор формата). * Способы вовлечения участников через социальные сети. * Организационные моменты проведения виртуальных мероприятий. * Подведение итогов и оценка успешности проекта.	2	ПК-2
	<u>Семинарские занятия</u> 1. Этапы планирования мероприятия (цели, целевые группы, выбор формата). * Способы вовлечения участников через социальные сети. * Организационные моменты проведения виртуальных мероприятий. * Подведение итогов и оценка успешности проекта.	4	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа</u> <i>Подготовка проекта мероприятия</i>	4	ПК-2
	<b>Лекция 10. Проектная работа библиотекаря в сфере социальных коммуникаций</b>  1. Постановка цели и задач проектного подхода. 2. Этапы реализации проекта (планирование, реализация, мониторинг результатов). 3. Примеры проектной деятельности библиотек в области социальных коммуникаций. 4. Навыки презентации и отчета по проекту.	2	

	<p><u>Практическое занятие.</u> Постановка цели и задач проектного подхода. Этапы реализации проекта (планирование, реализация, мониторинг результатов). Примеры проектной деятельности библиотек в области социальных коммуникаций. Навыки презентации и отчета по проекту.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа</u> <i>Подготовка проекта мероприятия</i></p>	4	
<p><b>Тема 6.</b> Этические и правовые аспекты социальных коммуникаций</p>	<p><b><u>Лекция. 11 Этика профессионального поведения библиотекаря в социальных сетях</u></b> Профессиональные стандарты этического поведения библиотекаря. Регулирование вопросов конфиденциальности и уважения личного пространства. Нормы сетевого этикета и способы разрешения конфликтов. Вопросы имиджа учреждения и ответственность сотрудников.</p>	2	ПК-2
	<p><u>Семинарские занятия</u> Профессиональные стандарты этического поведения библиотекаря. Регулирование вопросов конфиденциальности и уважения личного пространства. Нормы сетевого этикета и способы разрешения конфликтов. Вопросы имиджа учреждения и ответственность сотрудников.</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u> Подготовить: стратегию отношения с пользователями, предусматривающую и учитывающую потребности, интересы, вкусы, требования, замечания и их претензии, а так же достойное качество обслуживания; - стратегию отношений с партнерами, позволяющую установить гармонию и доверие в рамках социального партнерства, учитывающую интересы всех его участников; - стратегию построения отношения со СМИ, представителями органов.власти, позволяющую осуществлять лоббирование собственных интересов, формировать достойный имидж в социуме.</p>	4	
	<p><b><u>Лекция 12. Правовая защита интеллектуальной собственности и личных данных пользователей</u></b> Законодательство Российской Федерации в области охраны авторских прав. Политика обработки персональных данных и обеспечение информационной безопасности. Ответственность за распространение недостоверной информации. Международные соглашения и рекомендации по</p>	2	

	защите прав пользователей.		
	<u>Семинарские (практические) занятия</u> Законодательство Российской Федерации в области охраны авторских прав. Политика обработки персональных данных и обеспечение информационной безопасности. Ответственность за распространение недостоверной информации. Международные соглашения и рекомендации по защите прав пользователей.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	4	
Тема 7. Практическое применение технологий социальных коммуникаций	<b>Лекция. 13</b> <u>Методология разработки стратегии социальных коммуникаций библиотеки</u> 1. Шаги построения стратегии социального присутствия библиотеки. 2. Составление плана действий и определение целей. 3. Определение целевой аудитории и подбор оптимальных площадок. 4. Контроль исполнения стратегии и внесение корректировок.	2	ПК-2
	<u>Семинарские занятия</u> Шаги построения стратегии социального присутствия библиотеки. Составление плана действий и определение целей. Определение целевой аудитории и подбор оптимальных площадок. Контроль исполнения стратегии и внесение корректировок.	4	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа</u> Составить структуру медиа-плана	4	ПК-2
	<b>Лекция 14</b> <u>Кейсы успешного внедрения технологий социальных коммуникаций в библиотеках России и мира</u> Обзор примеров успешной работы российских библиотек с соцсетями. Опыт зарубежных коллег в продвижении библиотек в цифровой среде. Лучшие практики внедрения инновационных подходов и технологий. Критерии оценки успеха и показатели эффективности применяемых методов.	2	
	<u>Семинарские занятия</u> Обзор примеров успешной работы российских библиотек с соцсетями. Опыт зарубежных коллег в продвижении библиотек в цифровой среде. Лучшие практики внедрения инновационных подходов и технологий. Критерии оценки успеха и показатели эффективности применяемых методов.	4	

	<u>Самостоятельная работа</u> Обзор примеров успешной работы российских библиотек с соцсетями.	4	
<b>Тема 8</b> Реклама и медиапланирование в библиотечно-информационной деятельности	<b><u>Лекция 15</u> Технологии библиотечной рекламы как разновидности социотехнологии и культуротехники: теоретические аспекты.</b> Медиаплан библиотеки. Виды целевых аудиторий в медиапланировании, их особенности, разновидности предназначенных для них типов рекламы. Гугл, контекстная реклама в социальных сетях. Методы повышения эффективности контекстной рекламы. SMM и SEO как технологии продвижения в интернете, их ниши, плюсы и минусы.	4	ПК-2
	<u>Семинарские занятия</u> 1. Взаимосвязь медиапланирования, массовых коммуникаций и общества потребления 2. Медиастратегии. Содержание и специфика 3. Разновидности коммуникации: коммерческая, социальная и политическая информационная кампания. 4. Виды рекламы: продающая, информирующая и имиджевая – общее и особенное. 5. Использование наружной рекламы, в медиапланировании и ее виды. 6. Специфика телевизионных медиа как канала рекламирования. 7. Специфика радиальных медиа как канала рекламирования. 8. Специфика печатных медиа как канала рекламирования. 9. Специфика Интернет-медиа как канала рекламирования.	4	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа</u> Способы оценки эффективности медиапланирования. Критерии эффективности медиапланирования. Понятие медиапланирования, границы его применимости. Типовые ошибки медиапланирования, их причины Эволюция рекламного рынка – основные тенденции и перспективы. Рекламное продвижение против PR-продвижения – возможности и потенциал. Тестирование рекламы – приемы и технологии	5	ПК-2
<b>Вид итогового контроля (экзамен) 27</b>			<i>Лек-16 Пр – 32 Срс - 33</i>
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен)</b>			
<b>ВСЕГО:</b>		180	

**Заочная форма обучения**

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) и промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Основы теории социальных коммуникаций.	4	1	1		10	Проверка конспекта, устный опрос
2	Цифровые социальные сети и библиотека	4	1	1		10	проверка конспекта
3	Медийная структура современной библиотеки	4	2	2		10	устный опрос
4	Интернет-технологии и цифровые инструменты взаимодействия	4	2	2		20	проверка конспекта
	<b>ИТОГО в 4 семестре</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		<b>50</b>	
5	Организация мероприятий и проектов с использованием социальных коммуникаций	5	1	1		22	проверка конспекта
6	Этические и правовые аспекты социальных коммуникаций	5	1	1		22	проверка конспекта
7	Практическое применение технологий социальных коммуникаций	5	2	2		22	проверка конспекта
8	Реклама и медиапланирование в библиотечно-информационной деятельности	5	2	2		20	Разработка и проверка проекта
	<b>ИТОГО в 5 семестре</b>		<b>6</b>	<b>6</b>		<b>86</b>	
	<b>ИТОГО:</b>		<b>12</b>	<b>12</b>		<b>136</b>	На контроль 10

**4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы**  
**Заочная форма**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
<b>4 семестр</b>			
<b>Тема 1.</b> Основы теории социальных коммуникаций	<p><b><u>Лекция 1:</u></b>            Концептуальные основы социальной коммуникации. Структура, предмет, задачи, категории и понятия науки о социальных коммуникациях. Обыденное и научное понимание коммуникации. Движение социальной информации в обществе, механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов в социальной среде. Типы коммуникации. Социальная коммуникация как движение смыслов в социальном времени и пространстве.</p> <p><b><u>Практические занятия (семинары):</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Определение понятия социальной коммуникации и её роль в обществе.</li> <li>6. Коммуникативные процессы и участники коммуникации.</li> <li>7. Формы и виды социальной коммуникации (массовая, межличностная, групповая).</li> <li>8. Принципы эффективной коммуникации и барьеры восприятия информации.</li> </ol> <p><b><u>Основные понятия темы:</u></b> <i>Социальная коммуникация</i> есть движение смыслов в социальном времени и пространстве. Коммуникационные аспекты эволюции культуры. Науки: логика, лингвистика, герменевтика, языкознание, социология, психология, документалистика. <i>Метатеория</i> социальной коммуникации – межнаучная обобщающая теория, формирующаяся на основе различных наук, изучающие те или иные грани социальных коммуникаций. <i>Функции</i> социальной коммуникации: информационная, прагматическая и экспрессивная.</p> <p><i>Вопросы для размышления:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. В чем разница между объектом и предметом исследования?</li> <li>5. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации и проблемные вопросы, связанные с ними?</li> <li>6. Перечислите основные функции социальной коммуникации?</li> </ol>	<p>0,5</p> <p>0,5</p>	<p>ПК-2</p>

	<p><u>Самостоятельная работа</u> Провести терминологический анализ основных понятий курса</p>	2	
	<p><b>Лекция 2:</b> Классификация моделей социальной коммуникации (линейные, интерактивные, транзакционные). Методы анализа коммуникационного процесса (контент-анализ, фокус-группы, опросы). Оценка влияния сообщений на аудиторию. Примеры успешных коммуникационных решений в работе библиотек.</p>	0,5	ПК-2
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u> 6. Основные модели и методы анализа социальных коммуникаций 7. Классификация моделей социальной коммуникации (линейные, интерактивные, транзакционные). 8. Методы анализа коммуникационного процесса (контент-анализ, фокус-группы, опросы). 9. Оценка влияния сообщений на аудиторию. 10. Примеры успешных коммуникационных решений в работе библиотек.</p>	0,5	
	<p><u>Самостоятельная работа</u> Подготовка письменных работ (эссе, рефератов)</p>	2	
<p><b>Тема 2.</b> Цифровые социальные сети и библиотека</p>	<p><b>Лекции 3:</b> Особенности функционирования цифровых социальных сетей * Типы социальных сетей и их аудитория. * Специфические характеристики каждой социальной сети (VKontakte, MAX). * Алгоритмы рекомендаций и формирования ленты новостей. * Форматы публикаций и взаимодействие пользователей в разных социальных сетях.</p>	0,5	ПК-2
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u> Возникновение и развитие коммуникационных каналов 7. Коммуникационный канал как материальная сторона социальной коммуникации. 8. Разновидности коммуникационных каналов. 9. Типы социальных сетей и их аудитория. 10. Специфические характеристики каждой социальной сети (VKontakte, MAX). 11. Алгоритмы рекомендаций и формирования ленты новостей. 12. Форматы публикаций и взаимодействие пользователей в разных социальных сетях.</p>	0,5	
	<p><u>Самостоятельная работа</u> Характеристика коммуникационных каналов</p>	2	

	<p><b>Лекция 4: Использование социальных сетей библиотекой для продвижения услуг и ресурсов</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Выбор подходящей социальной сети для целей библиотеки.</li> <li>* Стратегии контент-планирования и публикации материалов.</li> <li>* Правила взаимодействия с пользователями (ответы на запросы, организация обсуждений).</li> <li>* Изучение лучших практик присутствия библиотек в социальных сетях.</li> </ul>	0,5	ПК-2	
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <p>Выбор подходящей социальной сети для целей библиотеки.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Стратегии контент-планирования и публикации материалов.</li> <li>* Правила взаимодействия с пользователями (ответы на запросы, организация обсуждений).</li> <li>* Изучение лучших практик присутствия библиотек в социальных сетях.</li> </ul>	0,5		
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Характеристика основных стадий</p>	2		
<p><b>Тема 3.</b> Медийная структура современной библиотеки</p>	<p><b>Лекции 5:</b></p> <p><b>Роль традиционных медиа-ресурсов в деятельности библиотеки</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Исторический аспект медийного позиционирования библиотек.</li> <li>2. Традиционные формы подачи информации: пресс-релизы, афиши, листовки.</li> <li>3. Кооперация с местными СМИ и влияние на общественное мнение.</li> <li>4. Преимущества и ограничения традиционных каналов передачи информации.</li> </ol>	0,5	ПК-2	
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <p>Роль традиционных медиа-ресурсов в деятельности библиотеки</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Исторический аспект медийного позиционирования библиотек.</li> <li>* Традиционные формы подачи информации: пресс-релизы, афиши, листовки.</li> <li>* Кооперация с местными СМИ и влияние на общественное мнение.</li> <li>* Преимущества и ограничения традиционных каналов передачи информации.</li> </ul>	0,5		
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Характеристика основных социально-коммуникационных институтов</p>	2		
	<p><b>Лекции 6:</b> Создание и управление контентом в цифровой среде</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процесс создания качественного контента для библиотеки.</li> <li>2. Работа с визуализацией (графика, инфографика, видеоролики).</li> <li>3. Управление каналами распространения</li> </ol>	0,5		

	информации (блоги, соцсети, рассылки). 4. Мониторинг реакции аудитории и обратная связь.		
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Создание и управление контентом в цифровой среде * Процесс создания качественного контента для библиотеки. * Работа с визуализацией (графика, инфографика, видеоролики). * Управление каналами распространения информации (блоги, соцсети, рассылки). * Мониторинг реакции аудитории и обратная связь.	0,5	
	<u>Самостоятельная работа</u> Разработка контента для цифровой среды	2	
<b>Тема 4.</b> Интернет-технологии и цифровые инструменты взаимодействия	<b><u>Лекция. 7. Современные онлайн-платформы и сервисы для социального взаимодействия</u></b> 1. Возможности и преимущества популярных платформ (Telegram, VK, Яндекс, МАХ, Сбер Джайз). 2. Онлайн-сервисы организации мероприятий и дистанционной работы. 3. Электронные каталоги и системы бронирования ресурсов. 4. Интеграция инструментов обратной связи (чат-боты, опросники).	2	ПК-2
	<u>Практические занятия (семинары)</u> * Возможности и преимущества популярных платформ (Telegram, VK, Яндекс, МАХ, Сбер Джайз). * Онлайн-сервисы организации мероприятий и дистанционной работы. * Электронные каталоги и системы бронирования ресурсов. * Интеграция инструментов обратной связи (чат-боты, опросники).	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> <i>Работа в популярных платформах (Telegram, VK, Яндекс, МАХ, Сбер Джайз)</i>	4	
	<b><u>Лекция 8. Инструменты веб-аналитики и мониторинга эффективности коммуникационных кампаний</u></b> 1. Применение сервисов аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика). 2. Отслеживание ключевых показателей эффективности (посещаемость, вовлеченность, конверсия). 3. Сбор статистики и подготовка отчетов по активности аудитории. 4. Оптимизация коммуникационных усилий на	1	

	основе полученных данных.		
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Применение сервисов аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика). 2. Отслеживание ключевых показателей эффективности (посещаемость, вовлеченность, конверсия). 3. Сбор статистики и подготовка отчетов по активности аудитории. 4. Оптимизация коммуникационных усилий на основе полученных данных.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Отслеживание ключевых показателей эффективности (посещаемость, вовлеченность, конверсия). Составление отчетов.	2	
	<b>Вид итогового контроля (зачет)</b>	72	<i>Лекций - 18 Практ – 36 Срс - 18</i>
<b>Тема 5.</b> Организация мероприятий и проектов с использованием социальных коммуникаций	<b><u>Лекция 9 Планирование и проведение мероприятий с привлечением аудитории через социальные сети</u></b> * Этапы планирования мероприятия (цели, целевые группы, выбор формата). * Способы вовлечения участников через социальные сети. * Организационные моменты проведения виртуальных мероприятий. * Подведение итогов и оценка успешности проекта.	1	ПК-2
	<u>Семинарские занятия</u> 1. Этапы планирования мероприятия (цели, целевые группы, выбор формата). * Способы вовлечения участников через социальные сети. * Организационные моменты проведения виртуальных мероприятий. * Подведение итогов и оценка успешности проекта.	1	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа</u> <i>Подготовка проекта мероприятия</i>	2	ПК-2
	<b>Лекция 10. Проектная работа библиотекаря в сфере социальных коммуникаций</b>  1. Постановка цели и задач проектного подхода. 2. Этапы реализации проекта (планирование, реализация, мониторинг результатов). 3. Примеры проектной деятельности библиотек в области социальных коммуникаций. 4. Навыки презентации и отчета по проекту.	1	
	<u>Практическое занятие.</u> Постановка цели и задач проектного подхода.	1	

	<p>Этапы реализации проекта (планирование, реализация, мониторинг результатов). Примеры проектной деятельности библиотек в области социальных коммуникаций. Навыки презентации и отчета по проекту.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа</u> <i>Подготовка проекта мероприятия</i></p>	2	
<p><b>Тема 6.</b> Этические и правовые аспекты социальных коммуникаций</p>	<p><b><u>Лекция. 11 Этика профессионального поведения библиотекаря в социальных сетях</u></b> Профессиональные стандарты этического поведения библиотекаря. Регулирование вопросов конфиденциальности и уважения личного пространства. Нормы сетевого этикета и способы разрешения конфликтов. Вопросы имиджа учреждения и ответственность сотрудников.</p>	1	ПК-2
	<p><u>Семинарские занятия</u> Профессиональные стандарты этического поведения библиотекаря. Регулирование вопросов конфиденциальности и уважения личного пространства. Нормы сетевого этикета и способы разрешения конфликтов. Вопросы имиджа учреждения и ответственность сотрудников.</p>	1	
	<p><u>Самостоятельная работа</u> Подготовить: стратегию отношения с пользователями, предусматривающую и учитывающую потребности, интересы, вкусы, требования, замечания и их претензии, а так же достойное качество обслуживания; - стратегию отношений с партнерами, позволяющую установить гармонию и доверие в рамках социального партнерства, учитывающую интересы всех его участников; - стратегию построения отношения со СМИ, представителями органов.власти, позволяющую осуществлять лоббирование собственных интересов, формировать достойный имидж в социуме.</p>	2	
	<p><b><u>Лекция 12. Правовая защита интеллектуальной собственности и личных данных пользователей</u></b> Законодательство Российской Федерации в области охраны авторских прав. Политика обработки персональных данных и обеспечение информационной безопасности. Ответственность за распространение недостоверной информации. Международные соглашения и рекомендации по защите прав пользователей.</p>	1	
	<p><u>Семинарские (практические) занятия</u></p>	1	

	<p>Законодательство Российской Федерации в области охраны авторских прав.          Политика обработки персональных данных и обеспечение информационной безопасности.          Ответственность за распространение недостоверной информации.          Международные соглашения и рекомендации по защите прав пользователей.</p>		
	<p><u>Самостоятельная работа</u>          Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.</p>	1	
<p><b>Тема 7.</b>          Практическое применение технологий социальных коммуникаций</p>	<p><b>Лекция. 13 Методология разработки стратегии социальных коммуникаций библиотеки</b>          1. Шаги построения стратегии социального присутствия библиотеки.          2. Составление плана действий и определение целей.          3. Определение целевой аудитории и подбор оптимальных площадок.          4. Контроль исполнения стратегии и внесение корректировок.</p>	1	ПК-2
	<p><u>Семинарские занятия</u>          Шаги построения стратегии социального присутствия библиотеки.          Составление плана действий и определение целей.          Определение целевой аудитории и подбор оптимальных площадок.          Контроль исполнения стратегии и внесение корректировок.</p>	1	ПК-2
	<p><u>Самостоятельная работа</u>  <u>Составить структуру медиа-плана</u></p>	1	ПК-2
	<p><b>Лекция 14 Кейсы успешного внедрения технологий социальных коммуникаций в библиотеках России и мира</b>          Обзор примеров успешной работы российских библиотек с соцсетями.          Опыт зарубежных коллег в продвижении библиотек в цифровой среде.          Лучшие практики внедрения инновационных подходов и технологий.          Критерии оценки успеха и показатели эффективности применяемых методов.</p>	0,5	
	<p><u>Семинарские занятия</u>          Обзор примеров успешной работы российских библиотек с соцсетями.          Опыт зарубежных коллег в продвижении библиотек в цифровой среде.          Лучшие практики внедрения инновационных подходов и технологий.          Критерии оценки успеха и показатели эффективности применяемых методов.</p>	0,5	
	<p><u>Самостоятельная работа</u>          Обзор примеров успешной работы российских</p>	1	

	библиотек с соцсетями.		
<b>Тема 8</b> Реклама и медиапланиров ание в библиотечно- информационн ой деятельности	<b>Лекция 15 Технологии библиотечной рекламы как разновидности социотехнологии и культуротехники: теоретические аспекты.</b> Медиаплан библиотеки. Виды целевых аудиторий в медиапланировании, их особенности, разновидности предназначенных для них типов рекламы. Гугл, контекстная реклама в социальных сетях. Методы повышения эффективности контекстной рекламы. SMM и SEO как технологии продвижения в интернете, их ниши, плюсы и минусы.	0,5	ПК-2
	<u>Семинарские занятия</u> 1. Взаимосвязь медиапланирования, массовых коммуникаций и общества потребления 2. Медиастратегии. Содержание и специфика 3. Разновидности коммуникации: коммерческая, социальная и политическая информационная кампания. 4. Виды рекламы: продающая, информирующая и имиджевая – общее и особенное. 5. Использование наружной рекламы, в медиапланировании и ее виды. 6. Специфика телевизионных медиа как канала рекламирования. 7. Специфика радиальных медиа как канала рекламирования. 8. Специфика печатных медиа как канала рекламирования. 9. Специфика Интернет-медиа как канала рекламирования.	0,5	ПК-2
	<u>Самостоятельная работа</u> Способы оценки эффективности медиапланирования. Критерии эффективности медиапланирования. Понятие медиапланирования, границы его применимости. Типовые ошибки медиапланирования, их причины Эволюция рекламного рынка – основные тенденции и перспективы. Рекламное продвижение против PR-продвижения – возможности и потенциал. Тестирование рекламы – приемы и технологии	1	ПК-2
<b>Вид итогового контроля (экзамен) 27</b>			<i>Лек-16 Пр – 32 Срс - 33</i>
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен)</b>			
<b>ВСЕГО:</b>		180	

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Курс состоит из лекций и практических занятий (семинаров).

Лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-дискуссия, лекция - анализ ситуаций.

Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», технология «кейс» для логико-методологического анализа теоретических ситуаций.

Формат семинара – обсуждение (понимание и критическая оценка) хрестоматийных источников-текстов по курсу, а также методик, позволяющих анализировать управление общественными отношениями. По завершению обсуждения темы проводится обсуждение - тестирование.

От студентов требуется посещение лекций и семинарских занятий, обязательное участие в аттестационно-тестовых испытаниях, выполнение всех заданий преподавателя. Особо ценится активная работа на семинаре (умение поддержать дискуссию, пояснить мысль ярким примером, поставить интересный вопрос, привести веский аргумент), а также качество (творческий подход, аналитическая выверенность) письменных работ, контрольных работ и эссе. Для успешного прохождения курса студенты должны выполнять все требования и виды работ, предусмотренных в этом курсе, а именно, посещать лекции, принимать активное участие в семинарских занятиях. Последнее включает: выступление в качестве организатора и лидера дискуссии (для каждого студента по крайней мере однажды за семестр), выступление с презентацией (также, хотя бы один раз за время обучения), общее участие в дискуссии (на каждом семинарском занятии).

Самостоятельная работа над текстами на бумажных и электронных носителях; самостоятельная работа по подготовке докладов, сообщений; очные и электронные консультации (т.е. с использованием электронной почты);

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **1.1. Контроль освоения дисциплины**

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

*Текущий контроль* успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах: устный опрос, письменные индивидуальные задания, тестирование.

*Эссе* представляет собой письменную работу студента. Его нормативный образ – быть не просто описанием избранной темы, а объяснением ее проблемного характера, критической оценкой рассматриваемых взглядов, аргументированным представлением своей точки зрения. Ее объем

ограничивается только косвенно – временем зачета (1 час 20 мин.) и экзамена (2 астрономических часа). Зачетным эссе проверяется уровень знаний студента по прослушанной части курса, умение самостоятельно мыслить и анализировать конкретные вопросы. Творческое эссе должно быть не просто описанием избранной темы, а объяснением ее проблемного характера, критической оценкой рассматриваемых взглядов, аргументированным представлением своей точки зрения. Текст доклада и эссе не должен превышать 8 страниц.

Текст творческой работы должен быть не менее 20 страниц. Творческая работа не должна быть ни в коем случае реферативного, описательного характера, большое место в ней должно быть уделено аргументированному представлению своей точки зрения, критической оценке рассматриваемого материала и проблематики, что должно выявить их аналитические способности.

К каждому семинару студенты готовят также краткие (1-2 страницы) письменные мнения о работах, критические оценки тех или иных текстов, рецензии на данные для анализа материалы, проекты. В письменных мнениях отражены как основные элементы прочитанного – обычно, это одна-две статьи или главы и отрывки из книг, так и дискуссионные вопросы, призванные продемонстрировать, что студент не только усвоил прочитанное и может его воспроизвести, но и способен понять, какой круг теоретических и практических проблем поднимается в той или иной работе, как эти проблемы контекстуально обусловлены и связаны с остальной проблематикой курса, а также, каким образом можно оспорить позицию автора текста или на основании каких аргументов, согласиться с ней.

*Рубежный контроль* предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний: устные ответы, письменные работы, практические и лабораторные работы, оценка выполнения самостоятельной работы студентов: работа с первоисточниками, реферативная, исследовательская работа, выполнение заданий в форме реализации НИРС.

### **Вопросы для рубежного контроля:**

1. Что такое коммуникация? Какие формы коммуникаций складывались в человеческой цивилизации?
2. Какие элементы коммуникации включены в схему Лассвела?
3. Что означает «обратная связь»?
4. Что представляют процессы кодирования и декодирования?
5. Какие помехи и барьеры возникают на пути коммуникации?
6. Каковы причины возникновения барьеров коммуникаций?
7. Какие существуют способы преодоления коммуникативных барьеров?
8. Какие каналы коммуникации вы знаете?
9. Что означает термин «вербальная коммуникация»?
10. Дайте определение невербальной коммуникации.
11. Какую роль играет коммуникация в постиндустриальном обществе?

12. Что подразумевается под целевой аудиторией организации?
13. В чем заключается общее и различное в понятиях общения, коммуникации и речевой деятельности?
14. Перечислите основные жанры письменной коммуникации.
15. Каково соотношение понятий коммуникации и информации?
16. Проследите, как используются синтаксические, семантические и прагматические правила в реальной коммуникации.
17. Назовите факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. Поясните механизм их воздействия.
18. Как понимаются средства массовой информации(СМИ) и средства массовой коммуникации (СМК)?
19. Как Вы понимаете ответственность СМИ?
20. Что такое новые медиа, в чем их отличие от "старых" (традиционных)?
21. Каковы функции новых медиа, для чего они необходимы?
22. Что такое цифровизация, интерактивность и в чем их суть?
23. В чем основные принципы современной цифровой культуры?
24. В чем особенности поведения поколения цифровой индустрии?

## **6.2. Оценочные средства**

### **6.2.1. Примеры тестовых заданий (ситуаций)**

#### **Раздел 1. Выберите и обведите кружком номер правильного ответа**

1. Движение смысла в социальном времени и пространстве» - это:
  - a) генетическая коммуникация
  - b) социальная коммуникации
  - c) пространственная коммуникация
2. Слово «коммуникация» в переводе с латыни означает:
  - a) «частное, не разделяемое ни с кем»
  - b) «общее, разделяемое со всеми»
  - c) «целое, не делимое на части»
  - d) «особенное, не похожее на других»
3. Коммуникация - это:
  - a) информационная связь
  - b) взаимодействие различных приемных и передающих устройств
  - c) опосредованное и целесообразное взаимодействие двух субъектов
  - d) общение
4. В социальной коммуникации выделяют следующие уровни:
  - a) личностный
  - b) межличностный
  - c) групповой
  - d) межгрупповой
  - e) массовый
5. Основными формами коммуникативных действий являются:
  - a) подражание
  - b) монолог

- c) диалог
  - d) конфликт
  - e) управление
6. Общение – это:
- a) процесс взаимосвязи и взаимодействия общественных субъектов
  - b) процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности
  - c) производство индивидами их общего
7. Структурно процесс общения состоит из:
- a) двух сторон
  - b) трех сторон
  - c) четырех сторон
  - d) одной стороны
8. Сторона общения, которая означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установлению на этой почве взаимопонимания:
- a) коммуникативная
  - b) перцептивная
  - c) интерактивная
  - d) нейтральная
9. Под понятием «восприятие» в психологии общения подразумевается:
- a) представление личности о себе
  - b) отражение в сознании партнеров по общению целей и мотивов
  - c) формирование ценностного образа и понимание партнера по общению
  - d) оценка информации о деловом партнере с учетом психологических и эмоциональных факторов
10. В случае, когда коммуникант получает новое знание, имеет место:
- a) коммуникационное познание
  - b) псевдокоммуникация
  - c) коммуникационное восприятие
11. Кодирование – это:
- a) перевод на язык коммуникации идей и замыслов отправителя
  - b) шифровка сообщения, не предназначенного для широкого оглашения
  - c) выбор шрифта при написании текста
  - d) написание речей, текстов, сообщений информационного или иного характера
12. Речевая деятельность – это:
- a) процесс установления и развития контактов между людьми
  - b) процесс передачи и восприятия информации
  - c) система речевых действий людей в социально значимых ситуациях, обусловленных правилами и нормами речи
  - d) целенаправленное общение, реализуемое в конкретных ситуациях согласно нормам речевой деятельности
13. Невербальные средства коммуникации насчитывают 5 каналов, укажите их:
- a) кинесика
  - b) механика

- c) проксемика
  - d) просодика
  - e) эстетика
  - f) экстралингвистика
  - g) цветовосприятие
  - h) такесика
14. Что не является видом вербальной коммуникации:
- a) устная речь
  - b) общение
  - c) письменная речь
  - d) слушание
15. К коммуникативным барьерам относятся:
- a) фонетический
  - b) социально-культурного различия
  - c) семантический
  - d) отношений
  - e) стилистический
  - f) логический
16. Реальная или воображаемая линия связи (контакта), по которой сообщения движутся от коммуниканта к реципиенту:
- a) коммуникационное сообщение
  - b) коммуникационное явление
  - c) коммуникационный канал
17. Форма коммуникационного взаимодействия, освоенная людьми в процессе антропогенеза при формировании человеческого языка и речи называется:
- a) диалог
  - b) управление
  - c) подражание
18. Объект-субъектное отношение, где активную роль играет реципиент, а коммуникант – пассивный объект, называется:
- a) диалог
  - b) управление
  - c) подражание
19. Коммуникативное действие, когда коммуникант рассматривает реципиента как средство достижения своих целей, называется:
- a) диалог
  - b) управление
  - c) подражание
20. Укажите, какой вид игры является нетворческим коммуникационным действием:
- a) игра-сказка
  - b) игра-маскарад
  - c) псевдоигра

21. Материальный предмет, который выступает как в процессе коммуникации как представитель другого предмета, свойства или отношения и использования для передачи, переработки и хранения информации - это:
- знак
  - символ
  - смысл
22. По каким законам происходит развитие коммуникационных каналов:
- закон ускорения бифуркации
  - закон симметрии;
  - закон единства и борьбы противоположностей
23. Псевдоигры делятся на:
- трудовую повинность
  - \_\_\_\_\_
  - обрядовые ритуалы
24. Выделяют следующие коммуникационные каналы:
- вербальный
  - иконический
  - явный
  - невербальный
  - скрытый
  - символьный
25. В результате эволюции сложились
- два вида коммуникации
  - три вида коммуникации
  - четыре вида коммуникации

## Раздел 2. Дополните фразы

26. С какими науками взаимодействует дисциплина «Социальные коммуникации»? \_\_\_\_\_
27. Интуитивно ощущаемая людьми система социальных отношений между ними называется \_\_\_\_\_
28. Интуитивно ощущаемое людьми течение социальной жизни, зависящее от интенсивности социальных изменений, называется \_\_\_\_\_
29. Смыслы, движущиеся в социальном времени и пространстве от коммуниканта к реципиенту, представляют собой \_\_\_\_\_
30. Коммуникационные процессы, целенаправленно осуществляемые субъектами коммуникации, называются \_\_\_\_\_
31. В зависимости от пространственно-временной среды различаются четыре типа коммуникации (допишите): материальная, \_\_\_\_\_, психическая, \_\_\_\_\_
32. Владение речевой способностью, передача информации с помощью языка называется \_\_\_\_\_ коммуникацией.
33. Коммуникация, в которой используются различные неречевые знаковые системы, называется \_\_\_\_\_ коммуникация.

34. Система знаков и правил, с помощью которых происходит кодирование и декодирование информации называется \_\_\_\_\_.
35. Творческо-коммуникативное действие, послужившее источником формирования человеческой культуры, называется \_\_\_\_\_
36. Назовите, в чем состоит разница между видами и уровнями социальной коммуникации \_\_\_\_\_
37. В зависимости от цели игры делятся на четыре типа. Назовите их \_\_\_\_\_
38. Форма коммуникации, развивающаяся на основе использования технических средств, осуществляемая СМИ, называется \_\_\_\_\_ коммуникацией.
39. Движение смыслов в социальном пространстве называется \_\_\_\_\_
40. Движение смыслов в социальном времени называется \_\_\_\_\_
41. Назовите основные структурные элементы социальной памяти \_\_\_\_\_
42. Глобальная социально-компьютерная сеть, предназначенная для удовлетворения коммуникационных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий называется \_\_\_\_\_
43. Совокупность содержательно взаимосвязанных знаков, где от каждого знака в процессе чтения можно перейти ко многим другим, так или иначе связанным с данным, называется \_\_\_\_\_

### Раздел 3. Установите соответствие

44. Установите соответствие между классификацией невербальных средств общения и их характеристиками

1. Зрительные воспринимаемые проявления человеческих чувств и эмоций (эмоции, жесты, пантомимика)

2. Контакты общающихся людей, осуществляемых с помощью прикосновения \_\_\_\_\_

3. Ориентация партнеров в момент общения, дистанция между ними

4. Общее название ритмико-интонационных сторон речи

5. Психофизиологические проявления человека

а) просодика б) кинесика с) такесика д) экстралингвистика е) проксемика

1) \_\_\_\_\_ 2) \_\_\_\_\_ 3) \_\_\_\_\_ 4) \_\_\_\_\_ 5) \_\_\_\_\_

45. Соотнесите названия механизмов восприятия с их характеристиками

1. Эмпатия а) способ познания и понимания друг друга

2. Идентификация б) эмоциональное сопереживание другому

3. Рефлексия с) механизм интерпретации поступков и чувств другого человека

д) осознание человеком, как он воспринимается партнером по общению

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_

46. Соотнесите изобретения и их авторов:

- |                     |   |
|---------------------|---|
| 1. Иоганн Гутенберг | a) схема электромагнитной связи           |
| 2. Иван Федоров     | b) изобретение книгопечатания             |
| 3. Михаэль Денис    | c) основоположник библиографической науки |
| 4. Нэ деля Рошель   | d) изобретение бумагоделательной машины   |
| 5. Фридрих Кениг    | e) изобретение киноматографа              |
| 6. Луи Робер        | f) основатель «глобальной деревни»        |
| 7. Маклюэн          | g) первый русский книгопечатник           |
| 8. Самуэл Морзе     | h) изобретение печатной машинки           |
| 9. Александр Белл   | i) термин «книговедение»                  |
| 10. братья Люмьер   | j) изобретение телефона                   |

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ 6 \_\_\_\_\_ 7 \_\_\_\_\_ 8 \_\_\_\_\_ 9 \_\_\_\_\_ 10 \_\_\_\_\_

#### Раздел 4. Установите последовательность

47. Выстроить последовательность восприятия информации:

- слушание
- понимание
- восприятие
- осмысление

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

48. Выстроить последовательность понятий по убывающей:

- социальная коммуникация
- общение
- коммуникация
- речевая деятельность

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

49. Постройте элементарную схему социальной коммуникации:

- коммуникатор
- реципиент
- сообщение
- канал
- обратная связь

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_

50. Составьте хронологию эволюции социальных коммуникаций:

- мануфактурная неокультурная книжность
- археокультурная словесность
- мультимедийная коммуникационная культура
- индустриальная неокультурная книжность
- палеокультурная книжность

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_

### 6.2.3. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

#### Тема 1. Понятие социальной коммуникации.

1. Кто автор положения *mediumergomessage*? (1.Ю.Хабермас. 2. М.Макклюэен. 3. Р.Барт).

2. К какому классу знаков относится вербальный текст? (1. Знаки-индексы. 2. Иконические знаки. 3. Сложные знаки).

3. Что означает изучение языка в действии? (1. Изучение использования языка (use). 2. Изучение употребления языка (usage). 3. Изучение структуры и семантики языка).

*Вопросы для собеседования:*

Каковы признаки информационного общества?

Что такое коммуникация как реальность?

На каких новых онтологиях базируется понимание коммуникации?

Почему человек – субъект коммуникации является интересубъектом?

Оцените влияние идей Л.С. Выготского на современное понимание коммуникации.

#### Тема 2. Коммуникационная деятельность

*Темы письменных работ (эссе):*

Опишите функции вербальной коммуникации на уровне групповой коммуникации.

Массовая и групповая коммуникация: общее и различное.

Межкультурная и межъязыковая коммуникация: что общего и чем различаются?

Творческое начало человека в деловой коммуникации.

Каковы связи между сферой коммуникации и ситуацией коммуникации?

#### Тема 3. Социальная память

Составить и описать схему социальной памяти.

#### Тема 4. Коммуникационные каналы

Каналы социальной коммуникации. Схема каналов социальной коммуникации в современном обществе. Правило кумуляции коммуникационных каналов. Устная, письменная и электронная коммуникация – проблема соотношения каналов в современном обществе. Формальные и неформальные каналы. Электронная коммуникация как средство управления обществом. Виртуальная реальность как эффект коммуникативных технологий. Концепция информационного общества. Проблема информационной безопасности личности и общества.

*Темы для дискуссии:*

- Виртуальная реальность – терапия или болезнь личности/общества?
- Информация и информированность – зло или благо?
- Почему мы разучились писать письма?

• Почему мы, по свидетельству экспертов, из самой читающей и грамотной страны мира превратились в малочитающую и малограмотную?

• Электронная коммуникация: плюсы и минусы.

### **Тема 13. Семиотика социальной коммуникации.**

#### ***Материал для иллюстрации теоретических положений:***

Естественные семиотики.

• Язык животных.

Искусственные (культурные) семиотики.

• Семиотика повседневности: костюм, одежда как знаковая система; язык подарка; язык застолья, язык цветов и т.п.

• Семиотика поведения (гендерная, возрастная, статусная, ролевая и т.п.).

• Семиотика искусств: скульптуры, архитектуры, иконы, музыки, танца, театра и т.п.

• Семиотика города: дорожных знаков, вывесок и др.

• Политическая семиотика.

• Этническая и национально-государственная семиотика.

• Семиотика рекламы.

#### **6.2.4. Тематика эссе, рефератов, презентаций**

1. Понятие социальной коммуникации.
2. Виды социальной коммуникации.
3. Информационно-коммуникационная деятельность как разновидность человеческой деятельности.
4. Структура информационной деятельности.
5. Методологические аспекты социальных коммуникаций.
6. Общение и коммуникация.
7. Информация и коммуникация.
8. Концепции информации в современной науке.
9. О понятиях «знание» и «информация».
10. Социальная информация: виды, свойства, функции.
11. Информационная деятельность и информационное обслуживание.
12. Роль информации и социальных коммуникаций в становлении и развитии современного общества.
13. Исторические способы документализации социальной информации.
14. Роль и значение социальных коммуникаций в преодолении информационных барьеров.
15. Информационные коммуникации.
16. Информационный подход к документальной коммуникации.
17. Свертывание информации.
18. Система документальных коммуникаций.
19. Массовые коммуникации.
20. Научные коммуникации.
21. Массовая культура и массовые коммуникации.
22. Библиотечная коммуникация.
23. Библиографическая коммуникация.

24. Архивная коммуникация.
25. Музейная коммуникация.
26. Книготорговая коммуникация.
27. Реклама как социальная коммуникация.
28. Телевизионная коммуникация.
29. Видеокommunikация.
30. Художественная коммуникация.
31. Искусство как межличностная коммуникация.
32. Игра как социальная коммуникация.
33. Ораторское искусство как устная коммуникация.
34. Компьютеры как средство общения людей.
35. Внешняя среда социальных коммуникаций.
36. Информационное право.
37. Национальные особенности развития и функционирования информационных коммуникаций.
38. Социальные коммуникации: идеология и политика.
39. Основные законы информационных коммуникаций.
40. Эволюция социальных коммуникаций: общая периодизация.
41. Биологическая коммуникация как предпосылка и условие формирования информационной коммуникации.
42. Основные компоненты системы средств коммуникации в начальный период становления человеческого общества.
43. Естественный язык как системообразующее средство информационных коммуникаций.
44. Искусственные языки.
45. Язык жестов.
46. Значение и функции первобытного искусства в становлении социальных коммуникаций.
47. Устная (дописьменная) коммуникация.
48. Речь как проводник информации.
49. Предпосылки письма и письменности.
50. Письменность как способ передачи информации.
51. Предпосылки возникновения печатной книги (материальные, технические, духовные, коммуникационные).
52. Печатная коммуникация.
53. Книга как основное средство письменной и печатной коммуникации.
54. Массово-технические средства коммуникации индустриального и постиндустриального обществ (телеграф, телефон, радио, кино, ТВ, видео и т.д.).
55. Электронная коммуникация.
56. Компьютерная революция: социальные перспективы и последствия.
57. Информатизация общества.
58. Компьютеризация библиотек и библиографии в современном обществе.
59. Электронная книга: современное состояние и перспективы.
60. Компьютерные технологии в области культуры.

61. Глобальные информационные компьютерные сети.
62. ИНТЕРНЕТ – мировая глобальная компьютерная сеть.
63. Информационное общество: сущность, основные черты, проблемы.
64. Программы становления информационного общества в развитых индустриальных странах (США, Англия, Франция, Германия, Япония).
65. Будущее библиотечной и библиографической коммуникаций в информационном обществе.
66. Информационная культура личности.
67. Система информационных коммуникаций Российской Федерации: организационно-управленческие аспекты.
68. ГСНТИ Российской Федерации.
69. Документальные коммуникации Российской Федерации (по видам).
70. Информационные коммуникации в зарубежных странах (по регионам и отдельным странам).
71. Международные коммуникации в области профессиональной библиографической деятельности.
72. Система информационно-коммуникационных наук.
73. Общие тенденции в развитии дисциплин информации и документации.
74. «Социальные коммуникации» как научная и учебная дисциплина.
75. Основные зарубежные теоретические концепции информационно-коммуникационной деятельности.

#### **6.2.5. Вопросы к зачету по дисциплине**

1. Социальная коммуникация как объект и предмет научного познания.
2. Обыденное и научное понимание социальной коммуникации.
3. Понятие коммуникационной деятельности и общения.
4. Коммуникационные действия и их формы.
5. Специфика социального пространства и времени.
6. Виды коммуникационной деятельности (микрокоммуникация, мидикоммуникация, макрокоммуникация).
7. Уровни коммуникационной деятельности (межличностная, групповая, массовая).
8. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория.
9. Речь как средство коммуникации.
10. Невербальные средства коммуникации.
11. Игры и псевдоигры как коммуникационные действия.
12. Понятие и структура социальной памяти общества.
13. Групповая социальная память.
14. Понятие и разновидности коммуникационных каналов.
15. Эволюция социальной коммуникации.
16. Особенности археологической словесности.
17. Особенности палеокультурной книжности.
18. Характерные черты мануфактурной культурной книжности.
19. Характерные особенности индустриальной некультурной книжности.
20. Мультимедийная коммуникационная культура.

21. Коммуникационные знаки и их классификация.
22. Устная коммуникация.
23. Документная коммуникация.
24. Электронная коммуникация.
25. Понятие социальной информации.
26. Виды памяти и мнемические действия.
27. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.
28. Понятие коммуникационных потребностей.
29. Личные, групповые и общественные информационные потребности.
30. Понятие семиотики социальной коммуникации.
31. Семантика, синтактика, прагматика в социальной коммуникации.
32. Понятие социально-коммуникационных институтов.
33. Эволюция социально-коммуникационных институтов.
34. Сущностные и прикладные функции социально-коммуникационных институтов.
35. Либерально-демократические социально-коммуникационные институты.
36. Тоталитарные социально-коммуникационные институты.
37. Социальные коммуникации в библиотеках и органах информации.
38. Глобальная коммуникационная система Интернет.
39. Теоретические концепции социальной коммуникации.
40. Методология и методы изучения социальной коммуникации.

#### **6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине**

1. Социальная коммуникация как объект и предмет научного познания.
2. Обыденное и научное понимание социальной коммуникации.
3. Понятие коммуникационной деятельности и общения.
4. Коммуникационные действия и их формы.
5. Специфика социального пространства и времени.
6. Виды коммуникационной деятельности (микрокоммуникация, мидикоммуникация, макрокоммуникация).
7. Уровни коммуникационной деятельности (межличностная, групповая, массовая).
8. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория.
9. Речь как средство коммуникации.
10. Невербальные средства коммуникации.
11. Игры и псевдоигры как коммуникационные действия.
12. Понятие и структура социальной памяти общества.
13. Групповая социальная память.
14. Понятие и разновидности коммуникационных каналов.
15. Эволюция социальной коммуникации.
16. Особенности археологической словесности.
17. Особенности палеокультурной книжности.
18. Характерные черты мануфактурной культурной книжности.
19. Характерные особенности индустриальной некультурной книжности.
20. Мультимедийная коммуникационная культура.

21. Коммуникационные знаки и их классификация.
22. Устная коммуникация.
23. Документная коммуникация.
24. Электронная коммуникация.
25. Понятие социальной информации.
26. Виды памяти и мнемические действия.
27. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.
28. Понятие коммуникационных потребностей.
29. Личные, групповые и общественные информационные потребности.
30. Понятие семиотики социальной коммуникации.
31. Семантика, синтактика, прагматика в социальной коммуникации.
32. Понятие социально-коммуникационных институтов.
33. Эволюция социально-коммуникационных институтов.
34. Сущностные и прикладные функции социально-коммуникационных институтов.
35. Либерально-демократические социально-коммуникационные институты.
36. Тоталитарные социально-коммуникационные институты.
37. Социальные коммуникации в библиотеках и органах информации.
38. Глобальная коммуникационная система Интернет.
39. Теоретические концепции социальной коммуникации.
40. Методология и методы изучения социальной коммуникации.
41. Понятие социальной информации.
42. Виды памяти и мнемические действия.
43. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.
44. Понятие коммуникационных потребностей.
45. Личные, групповые и общественные информационные потребности.
46. Понятие семиотики социальной коммуникации.
47. Семантика, синтактика, прагматика в социальной коммуникации.
48. Понятие социально-коммуникационных институтов.
49. Эволюция социально-коммуникационных институтов.
50. Сущностные и прикладные функции социально-коммуникационных институтов.
51. Либерально-демократические социально-коммуникационные институты.
52. Тоталитарные социально-коммуникационные институты.
53. Социальные коммуникации в библиотеках и органах информации.
54. Глобальная коммуникационная система Интернет.
55. Теоретические концепции социальной коммуникации.
56. Методология и методы изучения социальной коммуникации.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1. Основная литература**

1. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. –

(Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке.-

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> (дата обращения: 30.01.2023). – Библиогр.: с. 450-451. – ISBN 978-5-394-04366-6. – Текст : электронный.

## 1.2. Дополнительная литература

1. Козьяков, Р.В. Психология социальных коммуникаций : учебно-методические материалы / Р.В. Козьяков. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 27 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=224733> (дата обращения: 14.06.2024). – Текст : электронный.
2. Соколов, А. В. Социальные коммуникации : учебное пособие для бакалавров / А. В. Соколов. – Санкт-Петербург : Профессия, 2014. – 287 с. – (Учебники для бакалавров). – Текст (визуальный) : непосредственный.
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 486 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107> (дата обращения: 14.06.2024). – Текст : электронный.

## 1.3. Дополнительная литература

1. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159> (дата обращения: 14.06.2024). – Текст : электронный.
2. Мандель, Б.Р. Современная речевая коммуникация: исторические связи, теория, практика: учебное пособие для обучающихся в системе среднего профессионального образования / Б.Р. Мандель. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 333 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499179> (дата обращения: 14.06.2024). – Текст : электронный.
3. Болотова, А. К. Социальные коммуникации : учебное пособие для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. – Москва : Гардарики, 2008. – 279 с. – Текст (визуальный) : непосредственный.

## 1.4. Периодические издания

1. Вестник образования
2. Вопросы культурологии
3. Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки.

Научные и технические библиотеки

### 1.5. Интернет-ресурсы

URL: <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html>

URL: <http://www.cios.org/encyclopedia/mcluhan/index.html>

URL: КонсультантПлюс

URL: <http://www.rsl.ru> Российская государственная библиотека

URL: <http://www.nlr.ru> Российская национальная библиотека

URL: <http://www.gpntb.ru> Государственная публичная научно-техническая библиотека России

Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». –

Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub)

### 7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

**Реферат** – краткая запись идей, содержащихся в одном или нескольких источниках, которая требует умения сопоставлять и анализировать различные точки зрения. **Реферирование** - изложение основного содержания документа в краткой форме. **Референт** – лицо, составляющее реферат.

В реферате должны быть точно отражены существенные взгляды автора. Следует соблюдать единый стиль изложения, допустимо использование точного, краткого, литературного языка. Объем реферата – 2500 печатных знаков.

Реферат – текст создаваемый на основе одного или нескольких исходных текстов. Включает в себя фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с документом и определения целесообразности обращения к нему. Реферативные материалы содержатся в сжатом виде текст первичного документа, его письменную модель, ориентируют специалиста в текущей и ретроспективной информации, привлекают их внимание к актуальным теоретическим и практическим проблемам, знакомят с новейшими исследованиями в той или иной научной области.

Он не отражает субъективных взглядов, не даёт оценку научного текста, не содержит развернутых доказательств, сравнений и рассуждений. Рефераты различаются:

- по полноте изложения (информативные (рефераты-конспекты) и индикативные (рефераты-резюме));
- по количеству реферируемых источников (монографические и обзорные);
- по читательскому назначению (общие рефераты, ориентированы на широкую научную аудиторию; специализированные рефераты, ориентированы на узких специалистов);
- по составителям (авторефераты и рефераты, составленные специалистами).

Реферат включает в себя:

- библиографическое описание документа, которое включает в себя краткие сведения об авторе, характеристику используемых автором материалов, краткое

изложение темы источника, обоснование ее выбора, указание основного материала, методов разработки темы, цель работы, приоритет автора, ключевые слова и другую информацию;

- собственно реферативную часть, в которой раскрываются существенные элементы содержания, основные идеи и выводы автора без искажения сущности первичного документа. Существенные положения излагаются конспективно, фрагментарно, аналитически - по усмотрению референта;

- заключение, содержащее выводы сделанные автором и обобщение, резюме сделанные референтом.

### **Глоссарий (словарь основных терминов)**

**Аттракция** - возникновение при восприятии человека человеком привлекательности одного из них для другого.

**Аудиовизуальный** – канал коммуникации, основанный на одновременном восприятии зрением и слухом.

**Барьер смысловой (семантический)** – несовпадение смыслов высказанных требований, просьб и т.п. у партнеров в процессе коммуникации, усложняющее взаимопонимание.

**Библиотечно-библиографическая грамотность** – комплекс знаний, умений и навыков читателя, обеспечивающих эффективное использование справочно-библиографического аппарата и фонда библиотеки.

**Вербальные коммуникации** – речевые коммуникации, основанные на умении говорить, слушать и писать то, что нужно.

**Гипертекст** - текст, представленный в виде ассоциативно-связанных блоков.

**Глобальная деревня** – глобальные интерактивная телесеть и коммуникационные системы, применяющие двустороннюю связь с передачей образа и звука в обоих направлениях формируют ощущение многомерности чувственного восприятия уже не только ближайших собеседников, но и общины планетарного масштаба.

**Декодировать** – раскрыть, расшифровать, отменить систему условных команд. Перевести информацию на язык, понятный получателю.

**Документ** - материальный объект с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования

**Идентификация** – опознание чего-либо, кого-либо, установление тождества объекта или личности; уподобление, отождествление индивида с кем-либо или с чем-либо (группой, коллективом), помогающее ему успешно овладевать различными видами социальной деятельности, усваивать свои нормы и ценности.

**Интерактивный** – взаимодействие; режим диалога человека и СМК, когда на запрос пользователя немедленно поступает ответ системы.

**Информационная культура** - умение целенаправленно работать с информацией и использовать для ее получения, обработки и передачи компьютерную информационную технологию, современные технические методы и средства.

**Информационная культура** – одна из составляющих общей культуры человека; совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных и технологий.

**Информационная потребность** - совокупность элементов информации/данных, необходимая и достаточная для эффективного выполнения заданной работы (решения задач) субъектом основной деятельности.

**Информационное общество** - общество, уровень которого в решающей степени определяется количеством и качеством накопленной и используемой информации, ее свободой и доступностью.

**Информация** – сведения, воспринимаемые человеком или специальными устройствами как отражение факта материального или духовного мира в процессе коммуникации.

**Источник информации** - объект, идентифицирующий происхождение информации.

**Канал связи** (применительно к обмену информацией) – средство передачи информации: письменной, устной, формальной, неформальной, пригодной для электронных средств связи и т.п.

**Канал коммуникационный** – канал продвижения информации от коммуникатора к коммуниканту.

**Каналы личной коммуникации** – каналы межличностного общения: личная встреча, личная переписка, беседа по телефону, позволяющие устанавливать обратную связь и обеспечивающие возможность для личного обращения.

**Каналы неличной коммуникации** – средства распространения информации без присутствия личного контакта и обратной связи, средства массовой информации (СМИ), а также средства избирательного воздействия, рассчитанные на специализированные аудитории.

**Код** - совокупность правил и символов предоставления информации.

**Кодирование** - процесс предоставления данных последовательностью символов.

**Коммуникант (коммуникатор)** – создатель и отправитель информации, активный участник социальной коммуникации по отношению к потребителю информации.

**Коммуникация** – специфический обмен информацией, в результате которого происходит процесс передачи информации интеллектуального и эмоционального содержания от отправителя к получателю.

**Коммуникация групповая** - коммуникация внутри группы, между группами, индивид-группа (напр., интервью политического лидера или разговор

руководителя компании со служащими); своим внутренним голосом, alterego, совестью и т. п.).

**Коммуникация массовая** – процесс передачи информации с помощью технических средств на численно большие рассредоточенные аудитории.

**Коммуникация межличностная** – процесс обмена информацией, в котором участвуют двое коммуникантов;

**Коммуникабельность** – способность, предрасположенность к общению, коммуникации, к установлению контактов и связей; психологическая совместимость, общительность.

**Коммуникативная компетентность** – совокупность знаний, умений и навыков, таких как: функции общения и коммуникации; особенности коммуникативного процесса и основные его характеристики; виды коммуникации; средства коммуникации: вербальные и невербальные, виды слушания и техники его использования; обратная связь: вопрос-ответ; формы и методы делового взаимодействия; психологические и коммуникативные типы партнеров; технологии и приемы влияния на людей; самопрезентация.

**Компромисс** – соглашение между представителями различных сталкивающихся интересов, мнений и пр. на основе взаимных уступок.

**Компьютерная грамотность** – это знания, умения и навыки в области информатики, необходимые каждому человеку для эффективного использования в своей деятельности компьютерных технологий.

**Консенсус** – общее согласие по обсуждаемому или спорному вопросу, достигнутое без процедуры голосования.

**Культура чтения** – составная часть общей культуры личности, представляющая собой комплекс навыков работы с книгой, максимально усваивать и глубоко воспринимать прочитанное.

**Манипуляция** – процесс психологического воздействия коммуникатора, направленный на изменение психологических установок, ценностных ориентаций, поведения индивидов и целых аудиторий, независимо от их желания.

**Массовая коммуникация** – процесс передачи информации с помощью технических средств на численно большие, рассредоточенные аудитории.

**Межличностная коммуникация** – процесс обмена сообщениями и их интерпретацию двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом.

**Мультимедиа** – интерактивная технология, обеспечивающая работу с неподвижными изображениями, видеоизображением, анимацией, текстом и звуковым рядом. Технологию мультимедиа составляют специальные аппаратные и программные средства.

**Невербальная коммуникация** – коммуникация, опирающаяся не на слова, а на мимику, пантомиму, интонации, паузы, цвет, составляющие неречевые коммуникации.

**Обратная связь** – возможность получать комплексные сведения о различных реакциях целевых аудиторий на поступившие сигналы с учетом совокупности факторов общего фона социальной обстановки.

**Общение** – взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене информацией общего познавательного или познавательного характера.

**Отправитель** – это лицо или организация, генерирующая сообщение.

**Перцепция** – восприятие, представление, отражение.

**Письменность** – это перевод нашего естественного языка в последовательность оптически воспринимаемых знаков.

**Получатель** – лицо или группа лиц, принимающих сообщение.

**Пропаганда библиотечно-библиографических и информационных знаний**-обучение читателей основным правилам поиска и сбора информации в пределах своей отрасли и в смежных отраслях, реферированию литературы, способам организации личных картотек и досье, методам анализа состава и структуры документального потока по проблемам исследования или разработки.

**Реципиент** – субъект, воспринимающий адресованное ему сообщение, реагирующий на сообщение.

**Рефлексия** – механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению.

**Семиотика** – (от греч. semeion - знак, признак), наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем в обществе (естественные и искусственные языки, некоторые, относящиеся к знакам явления культуры), самом человеке (зрительное и слуховое восприятие и др.) природе (коммуникации в мире животных). Для семиотического подхода характерно выделение трех уровней исследования знаковых систем: *синтактика; семантика; прагматика*.

**Слух** - специфическое (или злободневное) высказывание мнения, передаваемое от человека к человеку обычно посредством устной речи, без предоставления надежных стандартов достоверности.

**Слушание** – процесс сосредоточенного восприятия информации, понимание значения, смысла сказанного.

**Социальная коммуникация** - коммуникативная деятельность людей в социальной среде, формирующая социальные отношения, обусловленные социальными нормами и оценками. **Социальная коммуникация**- это взаимодействие людей, обусловленная целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе, в данном социуме. Социальная коммуникация, или социокommunikация является предметом специальной отрасли социологии - социологии коммуникации.

**Средства массовой информации (СМИ)** – технические средства коммуникации (телевидение, радио, пресса), обеспечивающие сбор, обработку информации и предназначенные для ее донесения до аудитории.

**Средства массовой коммуникации (СМК)** - вся система коммуникационных процессов сегодняшнего дня, в отличие от термина «средства массовой информации» (СМИ), который означает лишь традиционный набор - телевидение, радио, пресса. Процесс коммуникации в СМК носит двухсторонний характер, в то время как в СМИ – это, в основном, однонаправленный, односторонний процесс. Целью средств массовой

коммуникации, таким образом, является установление обратной связи, а целью средств массовой информации – донесение сообщения до коммуниканта.

**Стереотип социальный** – схематичные и упрощенные представления о социальных объектах, широко распространенные в обществе.

**Эмпатия**– сопереживание, способность индивидуума эмоционально откликаться на чувства других людей.

**Эффект коммуникации** – изменения в поведении коммуниканта, которые происходят в результате приема сообщения. Эффект может быть положительным (коммуникация успешна) и отрицательным (когда поставленных целей коммуникатору достичь не удалось).

**Эффективность коммуникации** - отношение результата, полученного от организации коммуникативной деятельности к затратам на его получение. Отражает взаимообусловленность затрат на осуществление коммуникаций и получаемого результата при достижении целей коммуникации.

**Язык** – система знаков любой физической природы, служащая средством человеческого общения, мыслительной деятельности, способом выражения самосознания, передачи информации от поколения к поколению.

## 7.6. Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MS Office 2007; справочно-правовые системы- Консультант + , Гарант.

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран), возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения  
к рабочей программе учебной дисциплины  
на 20\_\_ - 20\_\_ уч. год**

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры \_\_\_\_\_

(наименование)

Протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Исполнитель(и):

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)