**АННОТАЦИЯ**

**учебной дисциплины «Основы теории коммуникации»**

**Направление подготовки:** 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-й и 2-й семестры, 2-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Основы теории коммуникации» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Основы теории коммуникации» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Философия», «Психология личности» и производственными практиками. При знакомстве с особенностями коммуникации на межличностном, групповом и массовом уровне в рамках курса «Основы теории коммуникаций» у студентов формируется системное видение по эффективному и рациональному решению профессиональных задач в сфере социальных коммуникаций.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 7 зачетных единиц (252 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими и практическими занятиями. Семинарские и практические занятия проводятся с использованием таких образовательных технологий, как проблемное, групповое и проектное обучение, кейс-стади.

Основная **цель** дисциплины «Основы теории коммуникации» состоит в формировании у студентов системного представления о феномене коммуникации, которое должно стать основой теоретической и практической готовности бакалавров к профессиональной деятельности в сфере социальных коммуникаций.

**Задачи** дисциплины «Основы теории коммуникации»:

1. сформировать у студентов положительную мотивацию на использование различных теоретических моделей коммуникации в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
2. дать знания о коммуникации как полиаспектном феномене социальности, о междисциплинарности современных исследований коммуникативных процессов систем различных уровней;
3. познакомить с основными законами, аксиомами, структурами и моделями социальной коммуникации;
4. продемонстрировать специфику коммуникационного процесса при планировании и проведении рекламных и PR- кампаний.

Важной особенностью курса является передача знания, которое не только прямо (объективно, методически) используется в профессиональной деятельности, а опосредованно влияет на формирование профессионального мышления будущего коммуникатора; формирует профессиональный язык, культуру обсуждения коммуникативных концепций, презентацию собственной профессиональной позиции, позволяет адекватно войти в профессиональное сообщество. Изучаемые вопросы необходимы для освоения профильных дисциплин, а также для выполнения проектных и выпускных квалификационных работ. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована следующая **ключевая профессиональная компетенция**:

* ПК-7 – способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, тестирование, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины; выполнение этих работ является обязательным для всех студентов. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

**Формы итогового контроля:** дифференцированный зачет и экзамен.