

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
**«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ
ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра межкультурной коммуникации и иностранных языков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДЮСИРОВАНИЯ

Уровень высшего образования – бакалавриат
Направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
Профиль Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация
Форма обучения – очная, заочная
Год набора – 2024 г.

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8.06.2017 № 532

Программу разработал И. В. Скоков, преподаватель кафедры межкультурной коммуникации и иностранных языков

Рассмотрено на заседании кафедры межкультурной коммуникации и иностранных языков (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 28.08.2024 г. Зав. кафедрой _____ С. В. Чевычалова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Коммуникативные стратегии продюсирования» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, дисциплина по выбору и адресована студентам 2 курса бакалавриата (III–IV семестр) направления подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль «Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация» Академии Матусовского.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Основы научно-исследовательской работы», «Основы теории речевой коммуникации», «Введение в специальность», а также прохождением практики: преддипломной и подготовкой к государственной итоговой аттестации.

Дисциплина реализуется кафедрой межкультурной коммуникации и иностранных языков.

Содержание дисциплины охватывает актуальные вопросы, связанные с основами продюсирования и разработкой эффективных коммуникативных стратегий в различных медиаформатах.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

В программе дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

- устной (устный опрос, сообщения)
- письменной (письменный опрос, выполнение тестов).

И итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 48 часов для очной формы обучения и 12 часов для заочной формы обучения, практические занятия – 72 часа для очной формы обучения и 10 часов для заочной формы, а также самостоятельная работа – 60 часов для очной формы обучения и 190 часов для заочной формы, контроль – 36 часов для очной формы обучения и 4 часов для заочной формы.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Коммуникативные стратегии продюсирования» состоит в усвоении основных теоретических знаний в области продюсирования, систематизации полученных сведений и развитии практических навыков, необходимых для эффективного взаимодействия и реализации проектов в сфере искусства и медиа.

Задачи дисциплины:

- определить категориальный аппарат дисциплины, представить структурно-системный анализ коммуникационных стратегий в продюсировании (typologies, виды, уровни и формы);
- раскрыть основы продюсерской, логической, риторической, психологической и этической культуры общения;
- раскрыть содержание и особенности применения основных технологий в продюсировании и коммуникации;
- определить тенденции в использовании искусств и технологий в контексте современного продюсирования.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникативные стратегии продюсирования» входит часть, формируемую участниками образовательных отношений, дисциплина по выбору и адресована студентам 2 курса бакалавриата (III–IV семестр) направления подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль «Арт-продюсирование и межкультурная коммуникация» Академии Матусовского.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Основы научно-исследовательской работы», «Основы теории речевой коммуникации», «Введение в специальность», а также прохождением практики: преддипломной и подготовкой к государственной итоговой аттестации.

Изучение дисциплины «Коммуникативные стратегии продюсирования» способствует успешному освоению основных теоретических знаний в области продюсирования.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-4 направления подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки.

Профессиональная компетенция (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикатор
ПК-4	Способен разработать и организовать коммуникационные проекты в сфере культуры и искусств	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• основные принципы и элементы коммуникационной стратегии в продюсировании;• принципы взаимодействия в творческих коллективах;• законы и методы эффективного общения в медиаиндустрии;• иметь представления о современных инструментах коммуникации, о трудностях взаимодействия и особенностях делового общения;• правила и этические нормы в области продюсирования. <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none">• анализировать медиапроекты с точки зрения применяемых стратегий;• эффективно управлять процессом коммуникации в различных аспектах продюсирования;• создавать проектные предложения разной жанрово-стилевой ориентации в устной и письменной форме;• применять знания о стратегиях коммуникации в практической деятельности в медиа. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• четко излагать свои идеи как в устном, так и письменном формате;• слушать мнения коллег, участвовать в обсуждении актуальных вопросов.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия разделов и тем	Количество часов									
	очная форма					заочная форма				
	всего	в том числе				всего	в том числе			
л		п	с.р.	кон троль	о		л	п	с.р.	конт роль
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Раздел 1 (3 семестр)										
Тема 1. Предмет коммуникационного продюсирования. Законы и категории продюсерской деятельности.	10	4	4	2	-	14	2	2	10	-
Тема 2. Коммуникация в контексте продюсирования. Виды коммуникационных стратегий.	8	2	4	2	-	10	-	-	10	-
Тема 3. Основные элементы процесса продюсирования и их взаимодействие.	10	2	4	4	-	12	2	-	10	-
Тема 4. Модели продюсерской коммуникации и их характеристика.	10	2	4	4	-	10	-	-	10	-
Тема 5. Типы стратегии продюсирования в зависимости от целевой аудитории.	10	2	4	4	-	10	-	-	10	-
Тема 6. Вербальная, невербальная и паравербальная составляющие продюсерской коммуникации.	12	4	4	4	-	10	-	-	10	-
Тема 7. Роль продюсера как ключевого участника коммуникационного взаимодействия.	12	4	4	4	-	12	-	2	10	-
Тема 8. Анализ брендинга и маркетинга: пути успешного продвижения.	12	4	4	4	-	12	2	-	10	-
Всего часов за I семестр	90	28	32	30	-	90	6	4	80	-
Раздел 2 (4 семестр)										
Тема 1. Типы продюсерской коммуникации в зависимости от контекста, участников и целей.	14	2	6	2	4	15	-	2	12	1
Тема 2. Национальные особенности продюсерской деятельности и коммуникации.	16	2	6	4	4	16	2	-	14	-
Тема 3. Этические нормы и психология продюсерского поведения.	14	2	4	4	4	15	-	-	14	1
Тема 4. Основные аспекты изучения коммуникационных стратегий в продюсировании.	14	2	4	4	4	16	2	-	14	-
Тема 5. Структура продюсерского процесса и взаимодействие с участниками.	14	2	4	4	4	17	-	2	14	1
Тема 6. Контент как форма коммуникации и элемент культуры.	16	2	6	4	4	17	2	-	14	1

Тема 7. Массовые коммуникации в продюсировании: стратегии и подходы.	18	4	4	4	6	16	-	2	14	-
Тема 8. Варианты продюсерского поведения и коммуникативные роли. Основные типы коммуникабельности продюсеров.	20	4	6	4	6	14	-	-	14	-
ВСЕГО часов по дисциплине	126	20	40	30	36	126	6	6	110	4
	216	48	72	60	36	216	12	10	190	4

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Лекционный материал (III семестр)

Тема 1. Основы стратегий продюсирования. Ключевые элементы.

История развития продюсирования и его значение в медиапрокматах. Коммуникация как основа успешного взаимодействия. Виды и методы коммуникационного воздействия. Междисциплинарный подход в изучении стратегий продюсирования. Инновационные подходы и современные технологии.

Литература: [10, 2, 3, 7 – соответствующие разделы].

Тема 2. Общение в процессе продюсирования. Виды взаимодействия.

Понятия «общение» и «взаимодействие» в контексте продюсирования. Командные коммуникации. Критическая роль взаимодействия для успешного выполнения проектов. Особенности работы в креативных командах и управления конфликтами.

Литература: [10, 2, 3, 7 – соответствующие разделы].

Тема 3. Основные элементы стратегий продюсирования.

Структура продюсерской коммуникации: продюсер (инициатор, автор концепции и т. д.); аудитория (целевой слушатель, зритель и т.д.); коммуникативные цели; настрой участников; канал распространения; контент; язык; обратная связь; условия реализации; помехи; финальный результат. Влияние каждого компонента на успешность продюсирования. Эффективность как соответствие результата коммуникации поставленным целям; успех в продюсировании и неудача. Варианты продюсерских подходов и роли. Основные типы восприятия публики. Продюсерские тактики и стратегии. Средства и методы воздействия на аудиторию. Производственное воздействие, манипуляция, убеждение. Теория креативного аргументирования. Элементы стратегического подхода (цель, аргументы, представление). Основные принципы взаимодействия. Ошибки и уловки в коммуникации. Анализ продюсерских форматов.

Литература: [1, 2, 4, 7 – соответствующие разделы].

Тема 4. Основные модели продюсерской коммуникации и их характеристики

Основы теории продюсерского взаимодействия. Модель коммуникации Лассуэлла. Основные компоненты структуры продюсерской коммуникации. Контекст. Язык. Инициатор и аудитория. Сообщение (контент). Обратная связь. Модели продюсерского взаимодействия: экзистенциалистская модель, бихевиористская модель. Семиотическая модель. Модели Баума, Хейза, Теодорова, взаимодействия аудитории в классе, продуктивно-арт-ориентированные модели.

Литература: [1, 2, 4, 8, – соответствующие разделы].

Тема 5. Виды продюсерской деятельности с точки зрения субъектной активности: микро-, миди- и макропродюсирование.

Продюсерская деятельность как необходимое условие успешного взаимодействия в индустрии. Коммуникативная деятельность с точки зрения целевой направленности в продюсировании.

Литература: [4, 8, 13 – соответствующие разделы].

Тема 6. Вербальные, невербальные и паравербальные стратегии коммуникации в продюсировании.

Невербальные стратегии как компоненты продюсерского воздействия. Вербальные, паравербальные и невербальные средства представления информации. Невербальные агентные средства коммуникации. Психологические аспекты использования невербальных ресурсов в продюсировании. Виды паравербальных и невербальных средств; метасообщения, передаваемые невербально. Специфика взаимодействия в продюсерском контексте: культурные барьеры и стили. Культурные правила невербального продюсирования. Презентация проекта как многокодовый формат. Культура разработки и представления проектов.

Литература: [1, 3, 7, 8, доп. лит. 5 – соответствующие разделы].

Тема 7. Продуцируемая личность как ключевая категория коммуникации.

Понятие «продуцируемая личность»; структура индивидуальной продуктивности (общая характеристика). Речевой имидж продюсера, параметры его формирования. Цели разработки имиджа продюсера. Социальный и речевой имидж личности в продюсировании. Составляющие элементы представления личности. Методы создания имиджа продюсера.

Литература: [1, 3, 7 – соответствующие разделы; справ. источники: 1, 7].

Тема 8. Характеристика видов продюсерской деятельности, пути совершенствования навыков.

Виды продюсерской деятельности: концептуальное развитие, планирование, реализация проекта, оценка результатов. Анализ системы организационных средств, обеспечивающих успешное продюсирование в разных условиях. Функционально-стилевая дифференциация подходов к продюсированию. Основные виды продюсерской деятельности: разработка концепции, управление командой, распределение ресурсов, мониторинг прогресса. Понятие о жанрах продюсерской деятельности и их характеристика. Отличия устной и письменной формы продюсирования. Языковые и экстралингвистические особенности делового продюсерского общения. Актуальные жанры в продюсировании. Основные требования к устным и письменным коммуникациям продюсера. Правила ведения различных типов взаимодействий (заседание, брифинг, презентация, собрание и прочие).

Литература: [1, 3, 11 – соответствующие разделы].

6.2 Лекционный материал (IV семестр)

Тема 1. Типы стратегий продюсирования.

Разновидности стратегий продюсирования в зависимости от условий (планомерное/гибкое), количества участников (индивидуальные/групповые процессы), целей (информирование, убеждение, привлечение финансирования), характера ситуации (коммерческое/некоммерческое), особенностей аудитории (целевые группы, массовая аудитория) и коммуникативной роли (лидерская, поддерживающая).

Литература: [2, 9, 14, доп. лит-ра 13 – соответствующие разделы].

Тема 2. Культурные особенности продюсерской практики.

Взаимосвязь культуры и продюсерства. Особенности продюсерских подходов в различных странах. Контрастивный анализ продюсерских стратегий в разных культурных контекстах. Основные черты российской продюсерской культуры.

Литература: [4, 9, 12, доп. лит-ра 15].

Тема 3. Этические и психологические аспекты продюсерского общения.

Понятие личной и профессиональной этики в продюсерстве. Психологические принципы, обеспечивающие успешность коммуникаций в продюсерской среде. Основные типы поведения продюсеров в различных ситуациях. Психологические стратегии влияния на команду и аудиторию. Этика ведения переговоров, стиля общения и слушания. Умение использовать речевой этикет в деловых коммуникациях и профессиональных отношениях.

Литература: [2, 3, 4, 7 – соответствующие разделы].

Тема 4. Ключевые аспекты продюсерского взаимодействия.

Продюсирование как форма управленческой деятельности. Основные цели изучения продюсерских коммуникаций. Методы, используемые в анализе продюсерских стратегий. Факторы, влияющие на успех продюсерских инициатив. Роль отдельных участников в процессе продюсерства. Современные подходы к пониманию продюсерских взаимодействий.

Литература: [2, 3, 4, 7, 10 – соответствующие разделы].

Тема 5. Структура продюсерской ситуации.

Стиль и структура взаимодействия продюсера с командой. Компоненты продюсерской ситуации. Основные роли участников (продюсер, исполнители, заказчики). Анализ продюсерских ситуаций с помощью схемы комплексного анализа.

Литература: [1, 6, 11, доп. лит-ра 12 – соответствующие разделы].

Тема 6. Проект как форма продюсерской коммуникации и элемент культуры.

Понятие продюсерского проекта. Типы проектов и их цели. Языковые и стилистические особенности текстов, связанных с проектами. Взаимосвязь концепции и реализации. Проект как основная единица продюсерской деятельности. Роль проекта в развитии культурной среды.

Литература: [1, 3, доп. лит-ра 2, 6, 10, 11 – соответствующие разделы].

Тема 7. Массовые коммуникационные стратегии продюсирования.

Массовое продюсирование как ключевой элемент для формирования культуры и общественного восприятия. Определение массового продюсирования, его специфика и особенности. Влияние контентного отправителя на восприятие сообщения. Эффекты и последствия массовых продюсерских решений. Механизмы работы медиа как инструментов продюсирования. Массовая коммуникация как стратегический процесс взаимодействия.

Литература: [9, 11, 13, доп. лит-ра 4, 6 – соответствующие разделы].

Тема 8. Коммуникативные роли и стили в продюсировании.

Варианты коммуникационных ролей в продюсерской практике. Основные типы коммуникабельности участников продюсерского процесса. Понятие социальной роли в контексте продюсирования и его влияние на коммуникацию. Взаимосвязь социальных ролей и стиля взаимодействия продюсеров, участников и аудитории. Стилиевые характеристики и их значение для успешного общения в рамках продюсерских проектов.

Литература: [9, 11, 13 – соответствующие разделы].

6.3 Практические задания. Очная форма (III семестр)

Тема 1. Основы стратегий продюсирования. Ключевые элементы

План

1. Понятие продюсирования. Законы и категории в коммуникации.
2. История развития продюсерской деятельности в медиа.
3. Процессы продюсирования в культурной и социальной сферах.
4. Виды продюсерских проектов. Понятия «контент» и «формат».
5. Категориальный аппарат продюсерства.
6. Междисциплинарный характер продюсерской деятельности.
7. Динамика процессов продюсирования в современном обществе.
8. Новые технологии в продюсировании и их влияние на индустрию.

Выполнить:

1. Подготовить доклад по вышеуказанным вопросам.
2. Подготовить глоссарий.

Литература: [10, 2, 3, 7 – соответствующие разделы].

Тема 2. Общение в процессе продюсирования. Виды взаимодействия.

План

1. Понятия «продукт» и «реклама» в контексте коммуникации.
2. Межличностная коммуникация в команде продюсеров.
3. Групповая коммуникация и ее роль в создании проектов.
4. Массовая коммуникация: особенности и стратегии.
5. Межкультурная коммуникация в продюсерских проектах.
6. Институциональное общение отрасли.
7. Виды специализированных коммуникаций в продюсировании.
8. Особенности коммуникационных моделей в продюсировании.

Выполнить:

1. Подготовить доклад по вышеуказанным вопросам.
2. Подготовить глоссарий.

Литература: [10, 2, 3, 7 – соответствующие разделы].

Тема 3. Основные элементы стратегий продюсирования.

План

Структура продюсерской ситуации:

- Продюсер (инициатор проекта);
- Команда (члены проекта);
- Сообщение (контент);
- Медиаканал (передача информации);
- Контекст;

- Код (язык коммуникации);
- Обратная связь;
- Условия продюсерства;
- Помехи;
- Результат.

Влияние каждого из компонентов на результат общения.

1. Эффективность продюсерского процесса: соответствие результата заданным целям и ожиданиям. Варианты речевого поведения человека и коммуникативные роли. Основные типы коммуникабельности людей. Коммуникативные тактики и стратегии.

2. Варианты коммуникационной стратегии продюсера. Основные типы оперативности команды. Теория аргументации. Элементы доказательства (тезис, аргумент, демонстрация). Основные логические законы. Ошибки и логические уловки в аргументации.

3. Средства и способы коммуникационного воздействия. Инструменты манипуляции в продюсировании.

Выполнить:

1. Выполнить анализ продюсерского проекта (по выбору студента).
2. Подготовиться к дискуссии по особенностям коммуникации в продюсерской сфере.
3. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
4. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 2, 4, 7 – соответствующие разделы].

Тема 4. Основные модели продюсерской коммуникации и их характеристики

План

1. Модель коммуникации в продюсерстве (принципы и структура).
2. Основные компоненты структуры продюсерского общения: контекст, код, продюсер и команда.
3. Сообщение (продукт).
4. Обратная связь в процессе продюсирования.
5. Модели продюсерского общения. Описание различных подходов.
6. Модель взаимодействия в группе продюсеров.
7. Эффективные коммуникационные стратегии в продюсировании.
8. Модели анализа продюсерских процессов: применение в реальных проектах.

Выполнить:

1. Подготовить сообщение по особенностям коммуникационных моделей в продюсировании.
2. Найти в сети Интернет информацию и проанализировать продюсерский проект с точки зрения моделей коммуникации.
3. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
4. Подготовить глоссарий.

Тема 5. Виды продюсерской деятельности с точки зрения субъектной активности: микро-, миди- и макропродюсирование

План

1. Проблема соотношения категорий «коммуникация» и «продюсирование».
2. Речевая коммуникация как важный элемент продюсерской деятельности.
3. Проблема соотношения категорий «коммуникация» и «продюсирование».

4. Подходы к интеграции коммуникации и продюсерских стратегий.
5. Субъектно-субъектный характер продюсерских взаимодействий.
6. Использование информационных технологий и медиаплатформ в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить сообщение о видах коммуникации с точки зрения продюсерской деятельности.
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [4, 8, 13 – соответствующие разделы].

Тема 6. Вербальные, невербальные и паравербальные стратегии коммуникации в продюсировании.

План

1. Невербальная коммуникация как инструмент продюсерского взаимодействия.
2. Вербальные, паравербальные и невербальные средства в процессе продюсирования.
3. Психологические особенности применения невербальных средств в продюсерской среде.
4. Виды паравербальных и невербальных средств; метасообщения в продюсировании.
5. Особенности социокультурных барьеров в продюсерской коммуникации.
6. Культура использования презентаций и видеоматериалов в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить доклад по теме «Культурная специфика невербального поведения в продюсерской деятельности».
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 3, 7, 8, доп. лит. 5 – соответствующие разделы].

Тема 7. Продуцируемая личность как ключевая категория коммуникации.

План

1. Понятие «языковая личность» в контексте продюсирования; структура личного имиджа продюсера.
2. Речевой портрет продюсера: параметры и особенности.
3. Цели создания речевого портрета в продюсерской деятельности.
4. Социально-речевой портрет продюсера. Элементы речевого имиджа.
5. Методики речевого портретирования и их применение в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить презентацию на тему «Особенности коммуникации продюсера в различных культурных контекстах».
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 3, 7 – соответствующие разделы; справ. источники: 1, 7].

Тема 8. Характеристика видов продюсерской деятельности, пути совершенствования навыков

План

1. Виды речевой деятельности: говорение, слушание, чтение, письмо в продюсировании.
2. Языковые средства, используемые в продюсерской практике.
3. Функционально-стилевая дифференциация языка в продюсировании.
4. Жанры общения в продюсерской деятельности: специфика и древо жанров.
5. Устная и письменная форма коммуникации: их роль в продюсерской практике.
6. Языковые и экстралингвистические особенности продюсерских текстов.
7. Требования к устной речи продюсера; форматы презентаций и выступлений.
8. Правила ведения различных видов диалогов в продюсерской среде.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить сообщение по теме «Коммуникационные форматы в формате семинара и конференции».

Литература: [1, 3, 11 – соответствующие разделы].

6.4 Практические задания. Очная форма (IV семестр)

Тема 1. Типы стратегий продюсирования

План

1. Основы теории продюсерского воздействия.
2. Типы продюсерских коммуникаций в зависимости от условий взаимодействия (прямое / опосредованное).
3. Типы коммуникации по количеству участников (монолог; диалог; полилог) и их краткая характеристика.
4. Главные цели продюсирования: информирование, убеждение, развлечение
5. Типы продюсерских коммуникаций в зависимости от характера ситуации (деловое, развлекательное, образовательное общение и т. д.).
6. Продюсерские коммуникации с точки зрения аудитории (автокоммуникация, межличностная, групповая, массовая).
7. Иерархическая (авторитарная) / демократическая коммуникация в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Составить памятку для подготовки к собеседованию на роль продюсера.

Литература: [2, 9, 14, доп. лит-ра 13 – соответствующие разделы].

Тема 2. Культурные особенности продюсерской практики

План

1. Национально-культурная специфика продюсерского поведения.
2. Особенности коммуникации в продюсировании на разных рынках.
3. Основные особенности коммуникационной культуры в российском продюсировании.
4. Взаимодействие коммуникации и культуры в контексте продюсирования.

5. Вербальные и невербальные средства коммуникации в контексте продюсерских практик.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Выступить с сообщением на тему «Культурные особенности продюсерского поведения в различных странах».

Литература: [4, 9, 12, доп. лит-ра 15].

Тема 3. Этические и психологические аспекты продюсерского общения

План

1. Понятие личностного и ролевого в продюсерском общении.
2. Психологические правила и принципы эффективного взаимодействия.
3. Основные типы коммуникабельности продюсеров.
4. Эго-состояния собеседника и их использование в продюсерском общении.
5. Каналы восприятия и распознавания психологических особенностей участников.
6. Понятие речевого этикета в продюсировании.
7. Этикет в устном и письменном общении продюсера.
8. Ситуативная уместность и неуместность речевых формул в продюсировании.
9. Речевой этикет в сфере делового взаимодействия.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия
2. Подготовить ролевою игру на тему «Этика общения в продюсерской среде».
3. Создать презентацию по психологическим особенностям восприятия информации в медиаиндустрии.

Литература: [2, 3, 4, 7 – соответствующие разделы].

Тема 4. Ключевые аспекты продюсерского взаимодействия

План

1. Продюсерская коммуникация как форма профессиональной деятельности.
2. Аспекты взаимодействия в продюсерской практике.
3. Основные цели дисциплины по продюсерским стратегиям
4. Методы исследования коммуникативных процессов в контексте продюсирования.
5. Факторы, влияющие на социальную коммуникацию в продюсировании.
6. Субъекты продюсерской деятельности.
7. Современные концепции продюсерской коммуникации.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Составить обобщающую таблицу или схему по темам (на выбор студента):
 - Методы исследования коммуникации в продюсировании.
 - Факторы, влияющие на продюсерскую коммуникацию.
 - Субъекты продюсерской деятельности.

Литература: [[2](#), [3](#), [4](#), [7](#), [10](#)].

Тема 5. Структура продюсерской ситуации

План

1. Стиль и структура продюсерской коммуникации.
2. Природа коммуникативной и речевой ситуации в продюсировании
3. Компоненты продюсерской коммуникации.
4. Роли участников: продюсер и аудитория.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Составить схему «Общая модель продюсерской ситуации».
4. Охарактеризовать роль продюсера и аудитории в продюсерской коммуникации.

Литература: [[1](#), [6](#), [11](#), доп. лит-ра [12](#)].

Тема 6. Проект как форма продюсерской коммуникации и элемент культуры

План

1. Понятие проекта в контексте коммуникации.
2. Функции проекта: информативная, социальная, коммуникативная, креативная, эстетическая, контактоустанавливающая, прагматическая, метаязыковая.
3. Типы проектов в продюсировании.
4. Цели создания различных типов проектов: информационных, творческих, развлекательных.
5. Языковые особенности проектных предложений, ориентированных на разные цели
6. Соотношение концепции и содержания проекта.
7. Проект как основная единица продюсерской коммуникации.
8. Проект как форма взаимодействия различных культур.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Составить таблицу «Структура и языковые средства типов проектов».

Литература: [[1](#), [3](#), доп. лит-ра [2](#), [6](#), [10](#), [11](#)].

Тема 7. Массовые коммуникационные стратегии продюсирования.

План

1. Речевая коммуникация как основа функционирования продюсерской деятельности.
2. Массовое продюсирование: определение, специфика инициатора.
3. Особенности сообщений в массовом продюсировании.
4. Эффекты массового продюсирования.
5. Механизм функционирования продюсерских Media как инструмента массовой коммуникации.
6. Массовое продюсирование как процесс создания и распространения сообщений.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Дать развернутую характеристику эффектам массового продюсирования
4. Охарактеризовать ключевые подходы и концепции в исследованиях массового продюсирования.
5. Составить обобщающую таблицу или схему «Этапы развития массового продюсирования»

Литература: [9, 11, 13, доп. лит-ра 4, 6].

Тема 8. Коммуникативные роли и стили в продюсировании

План

1. Основные типы коммуникабельности продюсеров (по современным исследованиям).
2. Категория социальной роли и взаимодействие в продюсерской деятельности.
3. Социальные роли и стили коммуникации продюсеров.
4. Стилиевые характеристики участников продюсерского общения.
5. Речевые стратегии в процессе продюсирования.
6. Качества успешной профессиональной коммуникации.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.

Литература: [9, 11, 13].

6.5. Практические занятия. Заочная форма (III семестр)

Тема 1. Основы стратегий продюсирования. Ключевые элементы

План

9. Понятие продюсирования. Законы и категории в коммуникации.
10. История развития продюсерской деятельности в медиа.
11. Процессы продюсирования в культурной и социальной сферах.
12. Виды продюсерских проектов. Понятия «контент» и «формат».
13. Категориальный аппарат продюсерства.
14. Междисциплинарный характер продюсерской деятельности.
15. Динамика процессов продюсирования в современном обществе.
16. Новые технологии в продюсировании и их влияние на индустрию.

Выполнить:

3. Подготовить доклад по вышеуказанным вопросам.
4. Подготовить глоссарий.

Литература: [10, 2, 3, 7 – соответствующие разделы].

Тема 7. Продуцируемая личность как ключевая категория коммуникации.

План

6. Понятие «языковая личность» в контексте продюсирования; структура личного имиджа продюсера.

7. Речевой портрет продюсера: параметры и особенности.
8. Цели создания речевого портрета в продюсерской деятельности.
9. Социально-речевой портрет продюсера. Элементы речевого имиджа.
10. Методики речевого портретирования и их применение в продюсировании.

Выполнить:

4. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
5. Подготовить презентацию на тему «Особенности коммуникации продюсера в различных культурных контекстах».
6. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 3, 7 – соответствующие разделы; справ. источники: 1, 7].\

6.6. Практические занятия. Заочная форма (IV семестр)

Тема 1. Типы стратегий продюсирования

План

8. Основы теории продюсерского воздействия.
9. Типы продюсерских коммуникаций в зависимости от условий взаимодействия (прямое / опосредованное).
10. Типы коммуникации по количеству участников (монолог; диалог; полилог) и их краткая характеристика.
11. Главные цели продюсирования: информирование, убеждение, развлечение
12. Типы продюсерских коммуникаций в зависимости от характера ситуации (деловое, развлекательное, образовательное общение и т. д.).
13. Продюсерские коммуникации с точки зрения аудитории (автокоммуникация, межличностная, групповая, массовая).
14. Иерархическая (авторитарная) / демократическая коммуникация в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Составить памятку для подготовки к собеседованию на роль продюсера.

Литература: [2, 9, 14, доп. лит-ра 13 – соответствующие разделы].

Тема 7. Массовые коммуникационные стратегии продюсирования.

План

1. Речевая коммуникация как основа функционирования продюсерской деятельности.
2. Массовое продюсирование: определение, специфика инициатора.
3. Особенности сообщений в массовом продюсировании.
4. Эффекты массового продюсирования.
5. Механизм функционирования продюсерских Media как инструмента массовой коммуникации.
6. Массовое продюсирование как процесс создания и распространения сообщений.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.

2. Подготовить глоссарий.
3. Дать развернутую характеристику эффектам массового продюсирования
4. Охарактеризовать ключевые подходы и концепции в исследованиях массового продюсирования.
5. Составить обобщающую таблицу или схему «Этапы развития массового продюсирования»

Литература: [9, 11, 13, доп. лит-ра 4, 6].

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЁМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов по данному курсу нацелена на формирование навыков восприятия англоязычных текстов, умение находить в них ошибки и исправлять их, а также развития словарного запаса и способность находить эквиваленты в родном языке при переводе.

Подготовка к практическим занятиям по дисциплине «Коммуникативные стратегии продюсирования» включает следующие этапы: конспектирование литературных источников по теме практического занятия, подготовка сообщений и выступлений на занятиях по предложенным вопросам, выполнение самостоятельной работы над комплексом вопросов, подготовка фрагментов докладов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, сообщения или фрагментов доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- подготовка к экзамену.

7.1. Темы и задания для самостоятельной работы (III семестр)

Очная форма обучения

Тема 1. Основы стратегий продюсирования. Ключевые элементы

План

1. Понятие продюсирования. Законы и категории в коммуникации.
2. История развития продюсерской деятельности в медиа.
3. Процессы продюсирования в культурной и социальной сферах.
4. Виды продюсерских проектов. Понятия «контент» и «формат».
5. Категориальный аппарат продюсерства.
6. Междисциплинарный характер продюсерской деятельности.
7. Динамика процессов продюсирования в современном обществе.
8. Новые технологии в продюсировании и их влияние на индустрию.

Выполнить:

1. Подготовить доклад по вышеуказанным вопросам.
2. Подготовить глоссарий.

Литература: [10, 2, 3, 7 – соответствующие разделы].

Тема 2. Общение в процессе продюсирования. Виды взаимодействия.

План

1. Понятия «продукт» и «реклама» в контексте коммуникации.
2. Межличностная коммуникация в команде продюсеров.
3. Групповая коммуникация и ее роль в создании проектов.
4. Массовая коммуникация: особенности и стратегии.
5. Межкультурная коммуникация в продюсерских проектах.
6. Институциональное общение отрасли.
7. Виды специализированных коммуникаций в продюсировании.
8. Особенности коммуникационных моделей в продюсировании.

Выполнить:

1. Подготовить доклад по вышеуказанным вопросам.
2. Подготовить глоссарий.

Литература: [10, 2, 3, 7 – соответствующие разделы].

Тема 3. Основные элементы стратегий продюсирования.

План

Структура продюсерской ситуации:

- Продюсер (инициатор проекта);
- Команда (члены проекта);
- Сообщение (контент);
- Медиаканал (передача информации);
- Контекст;
- Код (язык коммуникации);
- Обратная связь;
- Условия продюсерства;
- Помехи;
- Результат.

Влияние каждого из компонентов на результат общения.

1. Эффективность продюсерского процесса: соответствие результата заданным целям и ожиданиям. Варианты речевого поведения человека и коммуникативные роли. Основные типы коммуникабельности людей. Коммуникативные тактики и стратегии.
2. Варианты коммуникационной стратегии продюсера. Основные типы оперативности команды. Теория аргументации. Элементы доказательства (тезис, аргумент, демонстрация). Основные логические законы. Ошибки и логические уловки в аргументации.
3. Средства и способы коммуникационного воздействия. Инструменты манипуляции в продюсировании.

Выполнить:

1. Выполнить анализ продюсерского проекта (по выбору студента).
2. Подготовиться к дискуссии по особенностям коммуникации в продюсерской сфере.
3. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
4. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 2, 4, 7 – соответствующие разделы].

Тема 4. Основные модели продюсерской коммуникации и их характеристики

План

1. Модель коммуникации в продюсерстве (принципы и структура).
 2. Основные компоненты структуры продюсерского общения: контекст, код, продюсер и команда.
 3. Сообщение (продукт).
 4. Обратная связь в процессе продюсирования.
 5. Модели продюсерского общения. Описание различных подходов.
 6. Модель взаимодействия в группе продюсеров.
 7. Эффективные коммуникационные стратегии в продюсировании.
 8. Модели анализа продюсерских процессов: применение в реальных проектах.

Выполнить:

1. Подготовить сообщение по особенностям коммуникационных моделей в продюсировании.
2. Найти в сети Интернет информацию и проанализировать продюсерский проект с точки зрения моделей коммуникации.
3. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
4. Подготовить глоссарий.

Тема 5. Виды продюсерской деятельности с точки зрения субъектной активности: микро-, миди- и макропродюсирование

План

1. Проблема соотношения категорий «коммуникация» и «продюсирование».
2. Речевая коммуникация как важный элемент продюсерской деятельности.
3. Проблема соотношения категорий «коммуникация» и «продюсирование».
4. Подходы к интеграции коммуникации и продюсерских стратегий.
5. Субъектно-субъектный характер продюсерских взаимодействий.
6. Использование информационных технологий и медиаплатформ в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить сообщение о видах коммуникации с точки зрения продюсерской деятельности.
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [4, 8, 13 – соответствующие разделы].

Тема 6. Вербальные, невербальные и паравербальные стратегии коммуникации в продюсировании.

План

1. Невербальная коммуникация как инструмент продюсерского взаимодействия.
2. Вербальные, паравербальные и невербальные средства в процессе продюсирования.
3. Психологические особенности применения невербальных средств в продюсерской среде.
4. Виды паравербальных и невербальных средств; метасообщения в продюсировании.
5. Особенности социокультурных барьеров в продюсерской коммуникации.
6. Культура использования презентаций и видеоматериалов в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить доклад по теме «Культурная специфика невербального поведения в продюсерской деятельности».
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 3, 7, 8, доп. лит. 5 – соответствующие разделы].

Тема 7. Продуцируемая личность как ключевая категория коммуникации.

План

1. Понятие «языковая личность» в контексте продюсирования; структура личного имиджа продюсера.
2. Речевой портрет продюсера: параметры и особенности.
3. Цели создания речевого портрета в продюсерской деятельности.
4. Социально-речевой портрет продюсера. Элементы речевого имиджа.
5. Методики речевого портретирования и их применение в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить презентацию на тему «Особенности коммуникации продюсера в различных культурных контекстах».
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 3, 7 – соответствующие разделы; справ. источники: 1, 7].

Тема 8. Характеристика видов продюсерской деятельности, пути совершенствования навыков

План

1. Виды речевой деятельности: говорение, слушание, чтение, письмо в продюсировании.
2. Языковые средства, используемые в продюсерской практике.
3. Функционально-стилевая дифференциация языка в продюсировании.
4. Жанры общения в продюсерской деятельности: специфика и древо жанров.
5. Устная и письменная форма коммуникации: их роль в продюсерской практике.
6. Языковые и экстралингвистические особенности продюсерских текстов.
7. Требования к устной речи продюсера; форматы презентаций и выступлений.
8. Правила ведения различных видов диалогов в продюсерской среде.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить сообщение по теме «Коммуникационные форматы в формате семинара и конференции».

7.2. Темы и задания для самостоятельной работы (IV семестр)

Очная форма обучения

Тема 1. Типы стратегий продюсирования

План

1. Основы теории продюсерского воздействия.
2. Типы продюсерских коммуникаций в зависимости от условий взаимодействия (прямое / опосредованное).

3. Типы коммуникации по количеству участников (монолог; диалог; полилог) и их краткая характеристика.
4. Главные цели продюсирования: информирование, убеждение, развлечение
5. Типы продюсерских коммуникаций в зависимости от характера ситуации (деловое, развлекательное, образовательное общение и т. д.).
6. Продюсерские коммуникации с точки зрения аудитории (автокоммуникация, межличностная, групповая, массовая).
7. Иерархическая (авторитарная) / демократическая коммуникация в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Составить памятку для подготовки к собеседованию на роль продюсера.

Литература: [2, 9, 14, доп. лит-ра 13 – соответствующие разделы].

Тема 2. Культурные особенности продюсерской практики

План

1. Национально-культурная специфика продюсерского поведения.
2. Особенности коммуникации в продюсировании на разных рынках.
3. Основные особенности коммуникационной культуры в российском продюсировании.
4. Взаимодействие коммуникации и культуры в контексте продюсирования.
5. Вербальные и невербальные средства коммуникации в контексте продюсерских практик.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Выступить с сообщением на тему «Культурные особенности продюсерского поведения в различных странах».

Литература: [4, 9, 12, доп. лит-ра 15].

Тема 3. Этические и психологические аспекты продюсерского общения

План

1. Понятие личностного и ролевого в продюсерском общении.
2. Психологические правила и принципы эффективного взаимодействия.
3. Основные типы коммуникабельности продюсеров.
4. Эго-состояния собеседника и их использование в продюсерском общении.
5. Каналы восприятия и распознавания психологических особенностей участников.
6. Понятие речевого этикета в продюсировании.
7. Этикет в устном и письменном общении продюсера.
8. Ситуативная уместность и неуместность речевых формул в продюсировании.
9. Речевой этикет в сфере делового взаимодействия.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия
2. Подготовить ролевою игру на тему «Этика общения в продюсерской среде».

3. Создать презентацию по психологическим особенностям восприятия информации в медиаиндустрии.

Литература: [2, 3, 4, 7 – соответствующие разделы].

Тема 4. Ключевые аспекты продюсерского взаимодействия

План

1. Продюсерская коммуникация как форма профессиональной деятельности.
2. Аспекты взаимодействия в продюсерской практике.
3. Основные цели дисциплины по продюсерским стратегиям
4. Методы исследования коммуникативных процессов в контексте продюсирования.
5. Факторы, влияющие на социальную коммуникацию в продюсировании.
6. Субъекты продюсерской деятельности.
7. Современные концепции продюсерской коммуникации.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Составить обобщающую таблицу или схему по темам (на выбор студента):
 - Методы исследования коммуникации в продюсировании.
 - Факторы, влияющие на продюсерскую коммуникацию.
 - Субъекты продюсерской деятельности.

Литература: [2, 3, 4, 7, 10].

Тема 5. Структура продюсерской ситуации

План

1. Стиль и структура продюсерской коммуникации.
2. Природа коммуникативной и речевой ситуации в продюсировании
3. Компоненты продюсерской коммуникации.
4. Роли участников: продюсер и аудитория.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Составить схему «Общая модель продюсерской ситуации».
4. Охарактеризовать роль продюсера и аудитории в продюсерской коммуникации.

Литература: [1, 6, 11, доп. лит-ра 12].

Тема 6. Проект как форма продюсерской коммуникации и элемент культуры

План

1. Понятие проекта в контексте коммуникации.
2. Функции проекта: информативная, социальная, коммуникативная, креативная, эстетическая, контактоустанавливающая, прагматическая, метаязыковая.
3. Типы проектов в продюсировании.
4. Цели создания различных типов проектов: информационных, творческих, развлекательных.

5. Языковые особенности проектных предложений, ориентированных на разные цели
6. Соотношение концепции и содержания проекта.
7. Проект как основная единица продюсерской коммуникации.
8. Проект как форма взаимодействия различных культур.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Составить таблицу «Структура и языковые средства типов проектов».

Литература: [1, 3, доп. лит-ра 2, 6, 10, 11].

Тема 7. Массовые коммуникационные стратегии продюсирования.

План

1. Речевая коммуникация как основа функционирования продюсерской деятельности.
2. Массовое продюсирование: определение, специфика инициатора.
3. Особенности сообщений в массовом продюсировании.
4. Эффекты массового продюсирования.
5. Механизм функционирования продюсерских Media как инструмента массовой коммуникации.
6. Массовое продюсирование как процесс создания и распространения сообщений.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.
3. Дать развернутую характеристику эффектам массового продюсирования
4. Охарактеризовать ключевые подходы и концепции в исследованиях массового продюсирования.
5. Составить обобщающую таблицу или схему «Этапы развития массового продюсирования»

Литература: [9, 11, 13, доп. лит-ра 4, 6].

Тема 8. Коммуникативные роли и стили в продюсировании

План

1. Основные типы коммуникабельности продюсеров (по современным исследованиям).
2. Категория социальной роли и взаимодействие в продюсерской деятельности.
3. Социальные роли и стили коммуникации продюсеров.
4. Стилиевые характеристики участников продюсерского общения.
5. Речевые стратегии в процессе продюсирования.
6. Качества успешной профессиональной коммуникации.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить глоссарий.

Литература: [9, 11, 13].

7.3. Темы и задания для самостоятельной работы (III семестр)

Заочная форма обучения

Тема 1. Основы стратегий продюсирования. Ключевые элементы

План

1. Понятие продюсирования. Законы и категории в коммуникации.
2. История развития продюсерской деятельности в медиа.
3. Процессы продюсирования в культурной и социальной сферах.
4. Виды продюсерских проектов. Понятия «контент» и «формат».
5. Категориальный аппарат продюсерства.
6. Междисциплинарный характер продюсерской деятельности.
7. Динамика процессов продюсирования в современном обществе.
8. Новые технологии в продюсировании и их влияние на индустрию.

Выполнить:

1. Подготовить доклад по вышеуказанным вопросам.
2. Подготовить глоссарий.

Литература: [[10](#), [2](#), [3](#), [7](#) – соответствующие разделы].

Тема 2. Общение в процессе продюсирования. Виды взаимодействия.

План

1. Понятия «продукт» и «реклама» в контексте коммуникации.
2. Межличностная коммуникация в команде продюсеров.
3. Групповая коммуникация и ее роль в создании проектов.
4. Массовая коммуникация: особенности и стратегии.
5. Межкультурная коммуникация в продюсерских проектах.
6. Институциональное общение отрасли.
7. Виды специализированных коммуникаций в продюсировании.
8. Особенности коммуникационных моделей в продюсировании.

Выполнить:

1. Подготовить доклад по вышеуказанным вопросам.
2. Подготовить глоссарий.

Литература: [[10](#), [2](#), [3](#), [7](#) – соответствующие разделы].

Тема 3. Основные элементы стратегий продюсирования.

План

Структура продюсерской ситуации:

- Продюсер (инициатор проекта);
- Команда (члены проекта);
- Сообщение (контент);
- Медиаканал (передача информации);
- Контекст;
- Код (язык коммуникации);
- Обратная связь;
- Условия продюсерства;
- Помехи;
- Результат.

Влияние каждого из компонентов на результат общения.

4. Эффективность продюсерского процесса: соответствие результата заданным целям и ожиданиям. Варианты речевого поведения человека и коммуникативные роли. Основные типы коммуникабельности людей. Коммуникативные тактики и стратегии.

5. Варианты коммуникационной стратегии продюсера. Основные типы оперативности команды. Теория аргументации. Элементы доказательства (тезис, аргумент, демонстрация). Основные логические законы. Ошибки и логические уловки в аргументации.

6. Средства и способы коммуникационного воздействия. Инструменты манипуляции в продюсировании.

Выполнить:

1. Выполнить анализ продюсерского проекта (по выбору студента).
2. Подготовиться к дискуссии по особенностям коммуникации в продюсерской сфере.
3. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
4. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 2, 4, 7 – соответствующие разделы].

Тема 4. Основные модели продюсерской коммуникации и их характеристики

План

1. Модель коммуникации в продюсерстве (принципы и структура).
2. Основные компоненты структуры продюсерского общения: контекст, код, продюсер и команда.
3. Сообщение (продукт).
4. Обратная связь в процессе продюсирования.
5. Модели продюсерского общения. Описание различных подходов.
6. Модель взаимодействия в группе продюсеров.
7. Эффективные коммуникационные стратегии в продюсировании.
8. Модели анализа продюсерских процессов: применение в реальных проектах.

Выполнить:

1. Подготовить сообщение по особенностям коммуникационных моделей в продюсировании.
2. Найти в сети Интернет информацию и проанализировать продюсерский проект с точки зрения моделей коммуникации.
3. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
4. Подготовить глоссарий.

Тема 5. Виды продюсерской деятельности с точки зрения субъектной активности: микро-, миди- и макропродюсирование

План

1. Проблема соотношения категорий «коммуникация» и «продюсирование».
2. Речевая коммуникация как важный элемент продюсерской деятельности.
3. Проблема соотношения категорий «коммуникация» и «продюсирование».
4. Подходы к интеграции коммуникации и продюсерских стратегий.
5. Субъектно-субъектный характер продюсерских взаимодействий.
6. Использование информационных технологий и медиаплатформ в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.

2. Подготовить сообщение о видах коммуникации с точки зрения продюсерской деятельности.
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [4, 8, 13 – соответствующие разделы].

Тема 6. Вербальные, невербальные и паравербальные стратегии коммуникации в продюсировании.

План

1. Невербальная коммуникация как инструмент продюсерского взаимодействия.
2. Вербальные, паравербальные и невербальные средства в процессе продюсирования.
3. Психологические особенности применения невербальных средств в продюсерской среде.
4. Виды паравербальных и невербальных средств; метасообщения в продюсировании.
5. Особенности социокультурных барьеров в продюсерской коммуникации.
6. Культура использования презентаций и видеоматериалов в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить доклад по теме «Культурная специфика невербального поведения в продюсерской деятельности».
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 3, 7, 8, доп. лит. 5 – соответствующие разделы].

Тема 7. Продуцируемая личность как ключевая категория коммуникации.

План

1. Понятие «языковая личность» в контексте продюсирования; структура личного имиджа продюсера.
2. Речевой портрет продюсера: параметры и особенности.
3. Цели создания речевого портрета в продюсерской деятельности.
4. Социально-речевой портрет продюсера. Элементы речевого имиджа.
5. Методики речевого портретирования и их применение в продюсировании.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить презентацию на тему «Особенности коммуникации продюсера в различных культурных контекстах».
3. Подготовить глоссарий.

Литература: [1, 3, 7 – соответствующие разделы; справ. источники: 1, 7].

Тема 8. Характеристика видов продюсерской деятельности, пути совершенствования навыков

План

1. Виды речевой деятельности: говорение, слушание, чтение, письмо в продюсировании.
2. Языковые средства, используемые в продюсерской практике.
3. Функционально-стилевая дифференциация языка в продюсировании.
4. Жанры общения в продюсерской деятельности: специфика и древо жанров.

5. Устная и письменная форма коммуникации: их роль в продюсерской практике.
6. Языковые и экстралингвистические особенности продюсерских текстов.
7. Требования к устной речи продюсера; форматы презентаций и выступлений.
8. Правила ведения различных видов диалогов в продюсерской среде.

Выполнить:

1. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
2. Подготовить сообщение по теме «Коммуникационные форматы в формате семинара и конференции».

Литература: [1, 3, 11– соответствующие разделы].

7.4. Темы и задания для самостоятельной работы (IV семестр)

Заочная форма обучения

Тема 1. Типы стратегий продюсирования

План

8. Основы теории продюсерского воздействия.
9. Типы продюсерских коммуникаций в зависимости от условий взаимодействия (прямое / опосредованное).
10. Типы коммуникации по количеству участников (монолог; диалог; полилог) и их краткая характеристика.
11. Главные цели продюсирования: информирование, убеждение, развлечение
12. Типы продюсерских коммуникаций в зависимости от характера ситуации (деловое, развлекательное, образовательное общение и т. д.).
13. Продюсерские коммуникации с точки зрения аудитории (автокоммуникация, межличностная, групповая, массовая).
14. Иерархическая (авторитарная) / демократическая коммуникация в продюсировании.

Выполнить:

3. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
4. Составить памятку для подготовки к собеседованию на роль продюсера.

Литература: [2, 9, 14, доп. лит-ра 13 – соответствующие разделы].

Тема 2. Культурные особенности продюсерской практики

План

6. Национально-культурная специфика продюсерского поведения.
7. Особенности коммуникации в продюсировании на разных рынках.
8. Основные особенности коммуникационной культуры в российском продюсировании.
9. Взаимодействие коммуникации и культуры в контексте продюсирования.
10. Вербальные и невербальные средства коммуникации в контексте продюсерских практик.

Выполнить:

4. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
5. Подготовить глоссарий.
6. Выступить с сообщением на тему «Культурные особенности продюсерского поведения в различных странах».

Литература: [[4](#), [9](#), [12](#), доп. лит-ра [15](#)].

Тема 3. Этические и психологические аспекты продюсерского общения

План

10. Понятие личностного и ролевого в продюсерском общении.
11. Психологические правила и принципы эффективного взаимодействия.
12. Основные типы коммуникабельности продюсеров.
13. Эго-состояния собеседника и их использование в продюсерском общении.
14. Каналы восприятия и распознавания психологических особенностей участников.
15. Понятие речевого этикета в продюсировании.
16. Этикет в устном и письменном общении продюсера.
17. Ситуативная уместность и неуместность речевых формул в продюсировании.
18. Речевой этикет в сфере делового взаимодействия.

Выполнить:

4. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия
5. Подготовить ролевою игру на тему «Этика общения в продюсерской среде».
6. Создать презентацию по психологическим особенностям восприятия информации в медиаиндустрии.

Литература: [[2](#), [3](#), [4](#), [7](#) – соответствующие разделы].

Тема 4. Ключевые аспекты продюсерского взаимодействия

План

8. Продюсерская коммуникация как форма профессиональной деятельности.
9. Аспекты взаимодействия в продюсерской практике.
10. Основные цели дисциплины по продюсерским стратегиям
11. Методы исследования коммуникативных процессов в контексте продюсирования.
12. Факторы, влияющие на социальную коммуникацию в продюсировании.
13. Субъекты продюсерской деятельности.
14. Современные концепции продюсерской коммуникации.

Выполнить:

4. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
5. Подготовить глоссарий.
6. Составить обобщающую таблицу или схему по темам (на выбор студента):
 - Методы исследования коммуникации в продюсировании.
 - Факторы, влияющие на продюсерскую коммуникацию.
 - Субъекты продюсерской деятельности.

Литература: [[2](#), [3](#), [4](#), [7](#), [10](#)].

Тема 5. Структура продюсерской ситуации

План

5. Стиль и структура продюсерской коммуникации.
6. Природа коммуникативной и речевой ситуации в продюсировании
7. Компоненты продюсерской коммуникации.
8. Роли участников: продюсер и аудитория.

Выполнить:

5. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
6. Подготовить глоссарий.
7. Составить схему «Общая модель продюсерской ситуации».
8. Охарактеризовать роль продюсера и аудитории в продюсерской коммуникации.

Литература: [1, 6, 11, доп. лит-ра 12].

Тема 6. Проект как форма продюсерской коммуникации и элемент культуры

План

9. Понятие проекта в контексте коммуникации.
10. Функции проекта: информативная, социальная, коммуникативная, креативная, эстетическая, контактоустанавливающая, прагматическая, метаязыковая.
11. Типы проектов в продюсировании.
12. Цели создания различных типов проектов: информационных, творческих, развлекательных.
13. Языковые особенности проектных предложений, ориентированных на разные цели
14. Соотношение концепции и содержания проекта.
15. Проект как основная единица продюсерской коммуникации.
16. Проект как форма взаимодействия различных культур.

Выполнить:

4. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
5. Подготовить глоссарий.
6. Составить таблицу «Структура и языковые средства типов проектов».

Литература: [1, 3, доп. лит-ра 2, 6, 10, 11].

Тема 7. Массовые коммуникационные стратегии продюсирования.

План

7. Речевая коммуникация как основа функционирования продюсерской деятельности.
8. Массовое продюсирование: определение, специфика инициатора.
9. Особенности сообщений в массовом продюсировании.
10. Эффекты массового продюсирования.
11. Механизм функционирования продюсерских Media как инструмента массовой коммуникации.
12. Массовое продюсирование как процесс создания и распространения сообщений.

Выполнить:

6. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
7. Подготовить глоссарий.
8. Дать развернутую характеристику эффектам массового продюсирования
9. Охарактеризовать ключевые подходы и концепции в исследованиях массового продюсирования.
10. Составить обобщающую таблицу или схему «Этапы развития массового продюсирования»

Литература: [9, 11, 13, доп. лит-ра 4, 6].

Тема 8. Коммуникативные роли и стили в продюсировании

План

7. Основные типы коммуникабельности продюсеров (по современным исследованиям).
8. Категория социальной роли и взаимодействие в продюсерской деятельности.
9. Социальные роли и стили коммуникации продюсеров.
10. Стилиевые характеристики участников продюсерского общения.
11. Речевые стратегии в процессе продюсирования.
12. Качества успешной профессиональной коммуникации.

Выполнить:

3. Написать краткий конспект по вопросам семинарского занятия.
4. Подготовить глоссарий.

Литература: [9, 11, 13].

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1. Вопросы и задания к экзамену

1. Язык и речь в контексте продюсерской коммуникации.
2. Основные понятия продюсерской коммуникации. Роль коммуникации в системе культурных процессов.
3. Ключевые элементы продюсерского коммуникационного процесса.
4. Знак и значение в продюсерской коммуникации. Виды коммуникативных знаков в продюсировании.
5. Виды специализированных коммуникаций в продюсировании. Особенности продюсерских моделей.
6. Виды коммуникации в продюсировании: микро-, миди- и макрокоммуникация.
7. Массовая коммуникация в продюсировании: определение, специфика отправителя и особенности сообщения.
8. Каналы в продюсерской коммуникации: общее и отличное. Эффекты в массовом продюсировании.
9. Продюсерская деятельность с точки зрения объектной направленности: межличностная, групповая и массовая коммуникация.
10. Понятие продюсерской коммуникации. Специфика вербальной коммуникации в продюсировании.
11. Специфика невербальной коммуникации в продюсировании. Проблема классификации и интерпретации жестов.
12. Мимика и взгляд как важные элементы продюсерской коммуникации.
13. Основные структурные модели продюсерской коммуникации.
14. Разновидности коммуникационных каналов в продюсировании.
15. Цели и задачи продюсерской коммуникации. Коммуникативная цель, стратегия и тактика в продюсировании.
16. Особенности современной продюсерской коммуникации. Необходимые навыки для успешной деятельности.
17. Прагмалингвистический подход к продюсерскому общению. Прагматика и основы продюсерской коммуникации.
18. Теория речевых актов в контексте продюсирования. Компоненты речевого акта.

19. Продюсерская ситуация. Структура ситуации общения: субъект, адресат и объект высказывания.
20. Адресант и адресат как участники продюсерского взаимодействия.
21. Речевое взаимодействие и воздействие в продюсировании.
22. Речь и высказывание в продюсерской коммуникации. Коммуникативная интенция и смысл высказывания.
23. Умение слушать как критерий успешной продюсерской коммуникации. Принципы эффективного слушания.
24. Лингвopsихологические параметры диалога в продюсировании.
25. Оптимальная коммуникация в продюсировании. Идеал речи и коммуникации.
26. Роль историко-культурных и ментальных факторов в продюсерской коммуникации.
27. Коммуникативные барьеры в продюсировании и способы их преодоления.
28. Коммуникативные неудачи в продюсерской деятельности.
29. Способы проявления речевой агрессии в продюсировании. Языковые средства агрессии.
30. Причины конфликтной коммуникации в продюсировании. Речевые средства, провоцирующие конфликты.
31. Речевые стереотипы в продюсерской коммуникации.
32. Речевые средства, способствующие разрешению конфликтов в продюсировании.
33. Понятие речевого этикета в продюсировании. Этикетные ситуации.
34. Речевой этикет как средство предотвращения конфликтов в продюсировании.
35. Соотношение поведенческих и языковых параметров в этикетных ситуациях продюсирования.
36. Выбор адекватных речевых средств в этикетной ситуации продюсирования.
37. Гендерная специфика в продюсерском взаимодействии. Особенности коммуникации мужчин и женщин.
38. Личностно и статусно-ориентированная коммуникация в продюсировании. Факторы, влияющие на эффективность.
39. Законы и аксиомы продюсерской коммуникации. Роль обращения в коммуникации.
40. Модель Джо Хари и стили поведения в продюсерском общении.
41. Речевые тактики в продюсировании и их влияние на коммуникацию.
42. Самооценка и тактики ее поддержки в продюсерской деятельности.
43. Формы коммуникативных актов в продюсировании: подражание, управление, диалог.
44. Понятие коммуникативной компетенции в продюсировании. Коммуникативно-речевая компетенция.
45. Факторы, влияющие на процесс исполнения речи в продюсировании.
46. Составляющие звукового оформления речи в продюсерской коммуникации.
47. Интонация как способ кодирования смыслов в продюсировании. Виды информации, передаваемой интонацией.
48. Роль эффективного чтения в продюсерской коммуникации.
49. Стадии процесса написания текста в продюсерской деятельности.
50. Какие требования предъявляются к языковым и стильовым аспектам в продюсерских документах?
51. Какие коммуникативные стратегии и приёмы используются при написании введения, основной части и заключения текста продюсерского выступления?
52. В чём заключаются методики ведения продюсерских переговоров и деловых бесед?
53. Какова структура и этапы процесса продюсирования коммуникации?
54. Как нейролингвистическое программирование применяется в продюсировании коммуникационных стратегий?

55. Какие современные коммуникационные технологии используются в продюсировании в XXI веке?

Итоговые задания

1. Прослушайте или посмотрите какое-либо продюсерское выступление или проект и ответьте на вопросы:
 - a. В чем заключается основная цель продюсирования: информационное представление, убеждение аудитории или побуждение к действию?
 - b. Какова структура продюсерского сообщения и как она влияет на восприятие?
 - c. Какова главная тема проекта? Определил ли продюсер ее явно или развивал в процессе?
 - d. Сколько ключевых проблем или аспектов затронул продюсер? Насколько они были связаны с главной темой?
 - e. Какой тип заключения использовал продюсер в своем выступлении?
2. Подготовьте и произнесите пятиминутное продюсерское выступление на заданную тему, учитывая стратегию воздействия на аудиторию.

8.2. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Вставьте недостающие слова в пропуски в тексте так, чтобы получилось определение термина:

_____ представляет собой процесс, в ходе которого продюсер устанавливает доверительные и эффективные отношения с _____. Это позволяет создать продуктивную атмосферу для обсуждения и развития креативных идей.

2. Вставьте недостающие слова в пропуски в тексте так, чтобы получилось определение термина:

_____ играет ключевую роль в понимании потребностей клиентов и _____. Успешное продюсирование основывается на способности интерпретировать эти потребности в готовую продукцию.

3. Вставьте недостающие слова в пропуски в тексте так, чтобы получилось определение термина:

В _____ важным элементом является умение слушать и _____. Особенно важно учитывать мнения всех участников процесса, чтобы избежать недопонимания.

4. Вставьте недостающие слова в пропуски в тексте так, чтобы получилось определение термина:

_____ стратегии подразумевают использование различных форматов взаимодействия, включая _____, для достижения заданных целей.

5. Вставьте недостающие слова в пропуски в тексте так, чтобы получилось определение термина:

_____ является неотъемлемой частью успешного продюсирования, так как позволяет продюсеру адаптироваться к _____. Гибкость в коммуникации помогает реагировать на изменения в проекте.

6. Переставьте местами части предложений в корректной последовательности так, чтобы они образовали целостное предложение:

Коммуникативные стратегии(1) проектами и аудиторией(2) в продюсировании(3) взаимосвязи между(4) исследуют(5). Они(6) как каналы взаимодействия (7) так и (8) помогают устанавливать(9) и доверительные отношения(10) .

7. Переставьте местами части предложений в корректной последовательности так, чтобы они образовали целостное предложение:

Важным компонентом(1) ассоциаций и сетей(2) является исследование коммуникационных(3) стратегий(4) продюсирования(5). Эти(6) устойчивые связи (7) помогают создавать(8) в индустрии(9) способы взаимодействия (10).

8. Переставьте местами части предложений в корректной последовательности так, чтобы они образовали целостное предложение:

Коммуникативные стратегии(1) с различными группами (2) также(3) методы(4) к взаимодействию (5) и подходы (6) исследуют (7). Эти(8) важны для эффективности (9) вариации (10) коммуникации(11).

9. Переставьте местами части предложений в корректной последовательности так, чтобы они образовали целостное предложение:

Одной из(1) является определение (2) целевой аудитории (3) продюсирования(4) ключевых (5) задач (6).

10. Переставьте местами части предложений в корректной последовательности так, чтобы они образовали целостное предложение:

Основным(1) коммуникационных стратегий (2) изучения(3) коммуникативный акт (4) продюсирования является(5) объектом (6).

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Коммуникативные стратегии продюсирования» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также на темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты фрагментарно конспектируют материал, излагаемый преподавателем.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план практического занятия. Кроме того, в ходе практического занятия может быть проведено пилотное тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работ, выполнение письменных тестовых работ.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Шкала оценивания	Критерий оценивания
Тестовые задания	
5	95%-100% правильных ответов на вопросы теста.
4	75%-94% правильных ответов на вопросы теста.
3	50%-74% правильных ответов на вопросы теста.
2	49% и меньше правильных ответов на вопросы теста.
Вопросы и задания к экзамену	
5	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом, знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы. Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Соблюдаются нормы литературной речи. Ответ развернутый, уверенный, содержит четкие формулировки, теоретические положения подтверждаются примерами. Успешно выполняет итоговые задания.
4	Студент демонстрирует знание программного материала, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, в определениях категорий. Ответы на поставленные вопросы излагаются уверенно, системно и последовательно. Демонстрируются аналитические умения, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи. С небольшими погрешностями выполняет итоговые задания.
3	Студент демонстрирует знание только основного программного материала, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
2	Студент не знает значительной части программного материала. Допускает принципиальные ошибки в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний. Итоговые задания не выполнены.

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Бацевич, Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики : учебник / Ф. С. Бацевич. — К. : Академія, 2004. — 344 с.](#)
2. [Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов / Д. П. Гавра. — СПб. : Питер, 2011. — 288 с.](#)
3. [Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. — М. : Инфра-М, 2003. — 272 с.](#)
4. [Голуб, И. Б. Книга о хорошей речи : учебник. — И. Б. Голуб, Д. Э. Розенталь. — М. : Культура и спорт, 1997. — 268 с.](#)
5. [Иссерс, О. С. Речевое воздействие : учеб. пособие / О. С. Иссерс. — М. : Флинта, 2009. — 224 с.](#)
6. [Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс : монография / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002. — 331 с.](#)
7. [Клюев, Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия : учеб. пособие / Е. В. Клюев. — М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. — 320 с.](#)
8. [Левина, Г. Л. Основы культуры речевой коммуникации : учеб. пособие / Г. Л. Левина. — Владивосток : Мор. гос. ун-т, 2010. — 114 с.](#)
9. [Основы теории коммуникации : учеб. пособие / А. Ю. Кольянов и др. — СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2014. — 123 с.](#)
10. [Словарь социолингвистических терминов / отв. ред. В. Ю. Михальченко. — М. : Институт языкознания РАН, 2006. — 315 с.](#)
11. [Старостина, Е. В. Основы теории коммуникации: лекции и практика : учеб-метод. пособие / Е. В. Старостина, Н. Г. Шаповалова. — Саратов : \[б. и.\], 2014. — 55 с.](#)
12. [Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М. : Слово, 2000. — 146 с.](#)
13. [Формановская, Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. — М. :Русский язык, 2002. — 216 с.](#)
14. [Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. — М. : Дашков и Ко, 2010. — 408 с.](#)

Дополнительная литература:

1. [Введенская, Л. А. Деловая риторика : учеб. пособие / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. — 6-е изд., перераб. — М. :Кнорус, 2012. — 416 с.](#)
2. [Введенская, Л. А. Русский язык и культура речи : учебник / под ред. В. Д. Черняк. — Ростов н/Д : Феникс, 2003. — 384 с.](#)
3. [Голуб, И. Б. Русский язык и культура речи : учебное пособие / И. Б. Голуб. — М. : Логос, 2003. — 432 с.](#)
4. [Голуб, И. Б. Риторика: учитесь говорить правильно и красиво / И. Б. Голуб. — М. : Омега-Л, 2009. — 405 с.](#)
5. [Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков; под ред. А. П. Садохина. — М.: Юнити-дана, 2003. — 352 с.](#)
6. [Зарецкая, Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. — 4-е изд. — М. : Дело, 2002. — 480 с.](#)
7. [Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие / В. Б. Кашкин. — Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. — 175 с.](#)
8. [Кузнецов И. Н. Практикум по риторике: уч.-справочн. пособие / И. Н. Кузнецов. — Мн. : «Соврем. слово», 2004. — 352 с.](#)

9. [Кунцева, С. А. Русский язык и культура речи: учеб.-метод. Пособие для студентов вечерней и заочной форм обучения / С. А. Кунцева. – М. : Социум, 2001. – 106 с.](#)
10. [Леонтьев, А. А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 2008. – 120 с.](#)
11. [Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.](#)
12. [Островский, А. Н. На всякого мудреца довольно простоты / А. Н. Островский. – Режим доступа \[http://az.lib.ru/o/ostrowskij_a_n/text_0110.shtml\]\(http://az.lib.ru/o/ostrowskij_a_n/text_0110.shtml\)](#)
13. [Панкратов, В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация: практическое руководство / В. Н. Панкратов. – М. : Изд-во Института Психотерапии, 2001. – 208 с.](#)
14. [Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2001. – 656 с.](#)
15. [Стернин, И. А. Практическая риторика : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. А. Стернин. – 5-е изд., стереотип. – М. : Академия, 2003. – 272 с.](#)

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций студенческих работ.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.