



ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

Институт международных отношений и социальных технологий  
Кафедра всеобщей истории, социологии и политологии

ТУШКОВ

Александр Анатольевич

Доктор исторических наук, профессор кафедры ВИПС

# МАСТЕРСТВО КОММУНИКАЦИИ

Презентация по курсу «Связи с общественностью»

Предназначен для студентов специальности

030201 - Политология

020251 - Политический менеджмент и связи с общественностью



## Учебные вопросы:

1. Общая характеристика коммуникаций.
2. Коммуникативные процессы



# 1. Общая характеристика коммуникаций

## Понятие коммуникации

Классическое определение коммуникации содержится в работе К. Шеннона и У. Уивера «Математические теории коммуникации»:

**Скорость передаваемой информации будет равняться сумме энтропии источника и назначения минус их общая энтропия.**

Иными словами скорость передачи информации зависит от вероятности того, что некто «А» передаст конкретное сообщение, а некто «Б» получит его, и вообще от вероятности того, что это сообщение может передано от «А» к «Б».



## 1. Общая характеристика коммуникаций

Г. Почепцов под коммуникацией понимает процессы перекодировки вербальной в невербальную и невербальной в вербальную сферу.

Типы коммуникационного взаимодействия в социальной атмосфере:

	<b>Иерархическая коммуникация</b>	<b>Демократическая коммуникация</b>
Приоритетная связь	Прямая	Обратная
Получатель	Подчиненный	Свободный человек
Коммуникативное действие	Приказ	Убеждение
Вид коммуникации	Монолог	Диалог



## 2. Коммуникативные процессы

### Основные модели коммуникаций

1. Кибернетическая модель коммуникации.
2. Социально-психологическая модель коммуникации.

### Основные способы коммуникаций

1. Через неформальные контакты.
2. Через организации.
3. Через средства массовой информации



# Литература

1. Белов А.А. Теория и практика связей с общественностью: Учеб. пособие. – СПб.: ООО Изд-во «Северо-Запад»; Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 2005. – 208 с.
2. Боброва И.И. Чёрный PR? Белый GR! Цветной IR:): менеджмент информационной культуры / И. Боброва, В. Зимин. – М.: Вершина, 2006. – 464 с.
3. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 246 с.
4. Галумов Э.А. Основы PR. – М.: Летопись XXI, 2004. – 408 с.
5. Горкина М.Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 220 с.
6. Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблик рилейшнз: теория и практика: Учебное пособие / Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2001. – 614 с.
7. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: Учебник для студентов вузов – М.: Аспект Пресс, 2005. – 300 с.



## **Использование материалов презентации**

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.