



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:

	Иерархическая коммуникация	Демократическая коммуникация
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.