

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Юридический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета  
Комкова Г.Н.

" 31 " 2022г.



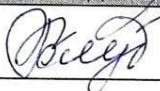

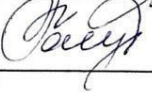
**Рабочая программа дисциплины**  
Деловые и научные коммуникации

**Направление подготовки магистратуры**  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**Квалификация (степень) выпускника**  
Магистр

**Форма обучения**  
очная

Саратов,  
2022

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Голуб О.Ю.		30.05.2022г.
Председатель НМК	Тогузаева Е.Н.		30.05.2022г.
Заведующий кафедрой	Голуб О.Ю.		30.05.2022г.
Специалист Учебного управления			

## 1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Деловые и научные коммуникации» имеет целью овладение основами знаний в сфере деловых и научных коммуникаций, необходимых для успешной профессиональной деятельности, повышение коммуникативной компетентности.

Задачами освоения данной дисциплины являются

- усвоение сведений о сущности деловых, их основных понятиях, нормах и принципах;
- овладение знаниями о специфике научных коммуникаций и принципах их реализации в учебной и педагогической деятельности;
- овладение знаниями о практической реализации норм и ценностей делового общения в деловых отношениях;
- приобретение способности ориентироваться в деловых ситуациях, возникающих в ходе делового общения;
- усвоение норм нравственных отношений между коллегами, между сотрудниками и клиентами в процессе делового общения;
- усвоение требований делового этикета применительно к различным ситуациям в деловом общении.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Деловые и научные коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана ООП подготовки по направлению 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» (Б1.В.03).

Данная дисциплина опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Современная теория социальной коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью и рекламы», «Социально-психологические исследования массовой коммуникации» и составляет основу для ряда специальных дисциплин, изучаемых на последующих этапах обучения, таких, как «Электронное государство: теория, практика, правовое регулирование», «Управление общественным мнением», «Корпоративные коммуникации», «Управление репутационными рисками», реализации научно-исследовательской работы магистранта и научно-исследовательской практики.

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<b>1.1_М.УК-3.</b> Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели. <b>2.1_М.УК-3.</b> Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством	<b>Знать:</b> основные принципы и нормы делового общения, принципы взаимоотношений в рабочем коллективе, в учебно-научном коллективе; основные формы делового общения, нормы делового разговора, нормы общения, вербальных коммуникаций в научной среде; <b>Уметь:</b> строить трудовые отношения с учетом норм делового этикета; навыками оценки личности и воздействия на нее в

	<p>корректировки своих действий.</p> <p><b>2.2_М.УК-3.</b> Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон.</p> <p><b>3.1_М.УК-3.</b> Предвидит результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий.</p> <p><b>3.2_М.УК-3.</b> Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды, организует обсуждение разных идей и мнений.</p>	<p>процессе профессиональной деятельности, коррекции эмоционального состояния партнера;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками делового этикета в профессиональной и научно-педагогической деятельности.</p>
<p><b>УК-4</b> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p><b>1.1_М.УК-4.</b> Демонстрирует интегративные умения, необходимые для выполнения письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.).</p> <p><b>2.1_М.УК-4.</b> Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.</p> <p><b>3.1_М.УК-4.</b> Владеет жанрами письменной и устной коммуникации в академической сфере, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия.</p> <p><b>4.1_М.УК-4.</b> Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.</p> <p><b>5.1_Б.УК-4.</b> Демонстрирует интегративные умения выполнять разные типы перевода академического</p>	<p><b>Знать:</b> правила и особенности делового этикета в различных деловых ситуациях, этикета учебно-научной среды; особенности невербальной коммуникации с представителями различных культур; деловой протокол и его место в деловом общении; нормы делового этикета.</p> <p><b>Уметь:</b> применять на практике знания об основных принципах и нормах делового общения; реализовывать знания об основных формах делового общения, нормах делового разговора;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками эффективного речевого взаимодействия, ораторского искусства, активного слушания, составления письменных документов;</p>

	<p>текста с иностранного (-ых) на государственный язык в профессиональных целях.          Умеет использовать сеть интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации</p>	
<p><b>ПК-1</b>          Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p><b>ПК-1.1.</b> Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и реализации коммуникационного проекта и применяет их на практике  <b>ПК-1.2.</b> Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью  <b>ПК-1.3.</b> Осуществляет корректировку и контроль коммуникационных проектов и мероприятий  <b>ПК-1.4.</b> Оценивает и соотносит затраты и результаты деятельности организации с целью оптимизации коммуникационных кампаний и проектов  <b>ПК-1.5.</b> Осуществляет координацию процессов подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, способен дать оценку эффективности коммуникационной стратегии</p>	<p><b>Знать:</b> способы и концепции взаимодействия людей в организации, включая управление конфликтами; принципы и закономерности проведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонного делового общения, правила ведения деловой переписки; общекультурные и культурно (национально) специфические особенности делового общения; правила и особенности делового этикета и корпоративной культуры.  <b>Уметь:</b> использовать профессиональные приемы и технологии деловой коммуникации для достижения поставленных целей; анализировать коммуникативные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; применять разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничество; эффективно использовать коммуникативные навыки для разрешения конфликтных и кризисных ситуаций в деловом общении;  <b>Владеть:</b> навыками организации и проведения деловых бесед, переговоров,</p>

		<p>совещаний, презентаций, дискуссий; навыками и способами урегулирования конфликтных и стрессовых ситуаций делового общения; методами и программными средствами обработки деловой информации, навыками применения информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; профессиональными приемами убеждения, технологиями воздействия и влияния на деловых партнёров</p>
<p>ПК-2 Способен к достижению эффективности системы внешних и внутренних коммуникаций, разработке и реализации репутационных концепций для государственных структур, коммерческих компаний, общественных организаций</p>	<p>ПК-2.1. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности ПК-2.2. Разрабатывает и применяет современные коммуникационные инструменты для формирования корпоративной культуры организации ПК-2.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ПК-2.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p>	<p><b>Знать:</b> теоретические основы, структуру и содержание процесса деловой коммуникации; основные формы деловых коммуникаций, вербальные, визуальные, невербальные средства коммуникации; основы коллективной психологии; особенности и закономерности групповой работы, развития коллектива; основных подходов к психологическому воздействию на индивида, группы и сообщества; процессы групповой динамики и принципы формирования команды, психологические характеристики личности и их влияние на коммуникативный процесс. <b>Уметь:</b> учитывать психологические аспекты при представлении информации; вести деловые беседы, деловые переговоры, совещания; анализировать личность партнера по невербальному</p>

		<p>поведению; распознавать стереотипы при восприятии партнера в коммуникации; использовать психологические приемы влияния на партнера в процессе коммуникации; организовывать работу малого коллектива, рабочей группы; управлять своими эмоциями, абстрагироваться от личных симпатий/антипатий; налаживать конструктивный диалог; критически оценивать личностные достоинства и недостатки.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками учета психологических факторов, влияющих на процесс деловых коммуникаций; применения методов и техник аргументирования и приемов влияния на партнера в процессе делового общения; навыками психодиагностики личности делового партнера по невербальным признакам; навыками коммуникации и организации коллективной работы; управления эмоциями; методами управления конфликтами и командообразования, навыками анализа групповой динамики.</p>
--	--	--

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы 144 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семес тр	Недел я семест ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	<p>Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)</p> <p>Формы промежуточной аттестации (по семестрам)</p>

				лекции	Практические занятия		СРС	
					Общая трудоемкость	Из них – практическая подготовка		
1	Тема 1. Предмет дисциплины «Деловые и научные коммуникации»	2		1	2	2	4	подготовка докладов, выступлений
2	Тема 2. Этика деловых и научных коммуникаций	2		1	2	2	6	подготовка выступлений; подготовка эссе
3	Тема 3. Личность в деловых и научных коммуникациях	2		1	2	2	4	задачи, задания
4	Тема 4. Деловые и научные коммуникации в организациях	2		1	2	2	4	задачи, задания
5	Тема 5. Структура деловых коммуникаций	2			2	2	4	задачи, задания
6	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>						<b>Экзамен– 36ч.</b>
7	<b>Итого за семестр</b>	<b>2</b>		<b>4</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	
8	Тема 6. Публичное выступление в деловой и научной коммуникации	3		1	2	2	3	задачи, задания
9	Тема 7. Письменные коммуникации	3		1	2	2	3	задачи, задания
10	Тема 8. Деловое общение с представителями СМИ	3		1	2	2	4	подготовка эссе, практические задания
11	Тема 9. Невербальные средства в деловом общении	3			2	2	3	задачи, задания
12	Тема 10. Виртуальные коммуникации	3		1	2	2	4	задачи, задания
13	Тема 11. Деловой протокол, деловой этикет и	3			2	2	3	задачи, задания

	культура поведения делового человека							
14	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>3</b>						<b>Экзамен– 36ч.</b>
15	<b>Итого за 3 семестр</b>			<b>4</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	
	<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>			<b>8</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>42</b>	

### **Содержание учебной дисциплины**

#### **Тема 1. Предмет дисциплины «Деловые и научные коммуникации»**

Предмет дисциплины «Деловые и научные коммуникации».

Деловая коммуникация: содержание, функции, типология. Стили коммуникации.

Средства и каналы коммуникации (формальные и неформальные, вербальные и невербальные). Особенности делового общения с использованием электронных средств коммуникации. Методы передачи сообщений: факсимильные, кодовые. Функциональная и экономическая эффективность использования электронной почты.

Коммуникативные барьеры (логический, стилистический, семантический, фонетический и др.), причины возникновения, способы распознавания, техники преодоления. Статусно-ролевое общение. Электронная коммерция и деловое общение. Средства коллективной работы в компьютерных сетях. Компьютерная видеоконференцсвязь (КВКС) и ее использование в организации делового взаимодействия при подготовке и проведении рекламной кампании. Мобильные средства связи и деловая коммуникация.

Понятие «научная коммуникация». Классические и инновационные формы научной коммуникации. Понятие «научное сообщество». Научно-техническая информация.

#### **Тема 2. Этика деловых и научных коммуникаций**

Необходимость соблюдения этических норм в деловом общении. Нравственные основы коммуникаций. Этические механизмы организации деловых и научных коммуникаций.

Общечеловеческие нормы и ценности как основа коммуникаций в современном мире. Этнокультурные нормы деловых и научных коммуникаций. Коммуникации в условиях глобализации.

Этика и этикет. Профессиональный этикет и коммуникации. Правила делового этикета в производственной и научной среде.

Общие основы и различия в российской и зарубежной деловой этике (мотивация благотворительности, патернализм и др.)

Национальные особенности этики делового общения. Кросс-культурный анализ и национальные особенности ценностных ориентаций, восприятия и мышления; поведения и характерных тактических приемов при принятии решений.

#### **Тема 3. Личность в деловых и научных коммуникациях**

Личностные аспекты деловых и научных коммуникаций. Мотивы, ценности, установки в процессе коммуникаций. Коммуникативная личность. Типология личности и ее проявления в коммуникациях. Архетипы в деловой и научной коммуникации.



Интерактивные и перцептивные стороны коммуникации. Рефлексия. Идентификация. Самопрезентация личности. Механизмы воздействия на окружающих в коммуникациях.

Рольевые и манипулятивные классификации деловых партнеров. Особенности психологического манипулирования людьми. Репрезентативная система в деловом общении.

Психологические механизмы защиты. Личность и научное сообщество. Психологические особенности личностных коммуникаций в профессиональной и учебно-научной среде.

#### **Тема 4. Деловые и научные коммуникации в организациях**

Особенности коммуникаций в организациях и коллективах. Зависимость коммуникаций от вида организации. Научно-исследовательские группы. Научные школы, научные кружки, междисциплинарные научные объединения. Основные направления коммуникаций в производственных и научных организациях. Внешние и внутренние коммуникации. Коммуникации с властными структурами, с бизнес-структурами, с общественностью. Влияние межличностных отношений на характер коммуникаций в группе. Групповая сплоченность и ее реализация в коммуникациях. Формальная и неформальная структура коллектива. Коммуникации в корпоративной культуре. Конфликты, их причины и способы разрешения в процессе коммуникаций.

Кафедра как рабочая группа. Особенности групповых коммуникаций

#### **Тема 5. Структура деловых коммуникаций**

Виды деловых коммуникаций. Вербальная и невербальная коммуникация. Прямая, опосредованная и косвенная коммуникация. Письменная и устная коммуникации. Формальные и межличностные коммуникации. Формы деловых коммуникаций. Классические формы деловых коммуникаций: деловой разговор, деловые беседы, деловые дискуссии, совещания, собрания, переговоры, конференции, деловые встречи. Инновационные формы деловых коммуникаций: презентации, «круглые столы», собрания акционеров, выставки и ярмарки новых товаров.

#### **Тема 6. Публичное выступление в деловой и научной коммуникации**

Сущность и компоненты публичного выступления. Характеристика публичной речи. Адаптация к аудитории публичного выступления. Подготовка к публичному выступлению. Виды публичных выступлений. Особенности публичных выступлений в научной среде. Доклады, выступления на научных конференциях и конгрессах.

Слушание в деловом взаимодействии. Принципы, условия, факторы эффективного слушания. Слушание публичного выступления и слушание в ситуации диалога. Приемы активного слушания.

Значение вопросов в устной коммуникации, их классификация, правила формулирования. Техника ответов на вопросы.

#### **Тема 7. Письменные коммуникации**

Организационно-распорядительная документация. Классификация документов.

Деловая переписка. Стандарты по ведению переписки внутри России. Стандарты по осуществлению письменных коммуникаций с зарубежными деловыми партнерами. Общие требования к деловым письмам. Структура делового письма. Характерные типы деловых писем (письмо-презентация, письмо-офферта, письмо-запрос, письмо-рекламация и др.).

Этические нормы при составлении текста делового письма.

Рекламный текст как вид деловой письменной коммуникации.

#### **Тема 8. Деловое общение с представителями СМИ**

Роль брифингов и пресс-конференций в деловом общении с прессой. Общее и особенное в структуре брифинга и пресс-конференции.

Подготовка и проведение брифингов и пресс-конференций. Технология моделирования брифинга, пресс-конференции: определение контингента, социального статуса аудитории, предполагаемые вопросы, прогнозирование линии поведения аудитории, наиболее типичные и неординарные ситуации.

Требования к выступающему: краткость и содержательность, обоснованность суждений, исключение двусмысленностей и слов с двойным значением, предельная ясность и точность. Независимость ответов от внутреннего эмоционального состояния выступающего, его настроения, предубеждений.

### **Тема 9. Невербальные средства в деловом общении**

Язык жестов в деловой коммуникации. Средства невербальной коммуникации. Классификация невербальных средств общения. Кинесика – мимика, взгляд, поза, жесты, походка. Просодические и экстралингвистические средства: интонационный строй речи, сила, громкость, тембр голоса, скорость речи, паузы. Адекватное использование личностью такесических средств общения. Зоны общения и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловом взаимодействии.

Внешний вид и одежда в деловой коммуникации. Стили в выборе одежды (консервативный, стиль для взаимодействия, творческий). Создание первого впечатления. Самопрезентация. Имидж делового человека.

Особенности невербальной коммуникации с представителями различных культур.

### **Тема 10. Виртуальные коммуникации**

Информационные системы коммуникаций в современном мире. Интернет-совещания, Интернет-конференции, их роль в деловых коммуникациях. Информационные системы в современной науке. «Невидимые колледжи», «виртуальные коллективы» и «виртуальные лаборатории». Эпистемологические, социологические, психологические аспекты виртуальных научных коммуникаций. Компьютерная герменевтика и коммуникации. Роль коммуникаций в развитии науки. Коммуникации и становление научной специальности. Значение веб-сайтов, Интернет-форумов в науке. Электронные библиотеки в системе виртуальных коммуникаций.

### **Тема 11. Деловой протокол, деловой этикет и культура поведения делового человека**

Понятие протокола и его виды (деловой, государственный, национальный, международный, светский и др.). Деловой протокол. Сферы применения и цели освоения норм.

Этикет: понятие и виды (придворный, воинский, дипломатический, общегражданский, деловой этикет). Деловой этикет и предпринимательский успех. Культура поведения как часть делового этикета. Функции этикета. Правила этикета. Профессиональный этикет. Требования к современному деловому этикету.

Культура речи, основы устного общения, фольклорные правила речевого этикета, композиция и стиль речи. Соблюдение вежливости. Соблюдение надлежащего внешнего вида, одежды. Умение вести себя. Манера разговаривать, умение слушать собеседника. Воспитанность, умение управлять эмоциями.

Этикет приветствия и представления. Инициатива и форма приветствия, соблюдение старшинства. Правила знакомства. Порядок представления Визитная карточка. Этикет проведения деловых визитов. Вопросы этикета встречи и рассадки партнеров на переговорах и беседах.

Этикет вручения подарков, сувениров и поздравлений. Ограничители, существующие в вопросах подарков в странах Востока и Запада. Практика, применяемая в России, с акцентом на национальную культуру и экзотику.

Особенности делового этикета зарубежных стран.

### **5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины**

В учебном процессе при реализации компетентностного подхода используются активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры; анализ конкретных коммуникационных ситуаций; психологические тесты, применяются методы коллективной творческой работы: «мозговой штурм», погружения в проблему, «вживания» в роль, метод сценариев и контрольных вопросов. Проводиться подготовка мультимедийной презентации.

Эти формы сочетаются с внеаудиторной работой в целях формирования и развития профессиональных навыков обучающихся (посещение музейных экспозиций, просмотр театральных постановок и кинофильмов, организация и проведение конкурсов и викторин). Проведение встреч с практическими работниками сферы практической деятельности, специалистами в области коммуникаций, культуры, искусства, спорта, экологии и социальной сферы.

Содержание учебной дисциплины формируется с учетом выделенных на изучение дисциплины часов. Учебная работа формируется из работы на практических занятиях, работы в малых группах, обсуждения кейсов, выполнение специальных заданий и заданий в виде тестов, решения задач, анализа проблемных ситуаций. Сочетание различных видов учебной работы направлено на максимальное освоение учебного материала. Успешное освоение материала предполагает самостоятельную работу студента и руководство этой работой со стороны преподавателей.

Формы контроля: выполнение контрольных заданий и тестов, решение задач, разбор практической коммуникационной деятельности, анализ характерных и особых коммуникационных ситуаций, реферирование статей периодической печати и их анализ, обсуждение актуальных проблем на творческих группах, подготовка эссе по проблемам изученных тем. Промежуточная аттестация – экзамен во 2-м и 3-м семестрах.

При проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов определяется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, и может включать в себя устные, письменные на бумаге, письменные на компьютере и иные виды образовательной активности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости студенту предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию студентов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

#### **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 42 часа.

В процессе изучения дисциплины «Деловые и научные коммуникации» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, задания по работе со специальной литературой, написание эссе, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы.

#### **Виды самостоятельной работы**

<b>Раздел / Тема дисциплины</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Литература</b>
Темы 1-11	проработка вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение, решение заданий и кейсов с помощью основной и дополнительной литературы	Павлова Л.Г. Деловые коммуникации: учебник / Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. — М.: КноРус, 2016. — 300 с. — (Бакалавриат). ISBN 978-5-406-03337-1 DOI 10.15216/978-5-406-03337-1 Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз. Учебное пособие. /М.В. Гундарин. -М.: ИНФРА, 2015. 312с. ЭБС Инфра-М. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации: теория и практика: учебник для бакалавров / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 370 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3189-1. ЭБС Юрайт

#### **Вопросы для углубленного самостоятельного изучения**

1. Прикладная и профессиональная этика.
2. Профессиональная этика и ее роль в общей теории морали.
3. Этика науки в эпоху глобализации: основные тенденции развития.
4. Профессионализм и его нравственные ценности.
5. Профессиональный долг в различных сферах профессиональной деятельности.
6. Профессиональный этический кодекс: принципы построения.
7. Профессиональная этика ученого: нормы и ценности.
8. Ценности научного поиска.
9. Этическое осмысление глобальных проблем человечества.
10. Нравственные ограничения научных исследований: история и современность.
11. Этические конфликты и пути их разрешения.

12. Моральные ограничения при ведении научной дискуссии.
13. Рекламный бизнес и социальная ответственность.
14. Отраслевое саморегулирование рекламы и проблемы профессиональной этики рекламиста.
15. Влияние «цифровой революции» на рекламную индустрию.

**Контрольные вопросы для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:**

1. Деловая коммуникация: содержание, функции, типология. Стили коммуникации.
2. Научная коммуникация: структура, виды, функции.
3. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.
4. Средства и каналы коммуникации. Электронные средства коммуникации.
5. Личность как субъект и объект коммуникации.
6. Психологические характеристики личности. Модели поведения личности.
7. Коммуникативные качества в составе потенциала личности.
8. Ролевые и манипулятивные классификации деловых партнеров. Особенности психологического манипулирования людьми.
9. Этика деловая, научная, профессиональная.
10. Деловая этика и ее специфика.
11. Обязательность, ответственность, компетентность – главные составляющие деловой этики.
12. Этика бизнеса как социальный регулятор. Профессиональная этика.
13. Национальная специфика этики делового общения.
14. Современный этикет: понятие и виды. Функции этикета. Деловой этикет и предпринимательский успех. Профессиональный этикет.
15. Коммуникативная компетентность делового человека.
16. Деловое общение как речевая коммуникация. Речевая норма и культура речи. Словарный запас делового человека.
17. Законы публичной речи. Композиция и стиль речи при деловом общении.
18. Воздействие на аудиторию. Тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения.
19. Формы устной коммуникации: особенности, технологии подготовки и проведения.
20. Слушание в деловом взаимодействии. Принципы, условия, факторы эффективного слушания.
21. Значение вопросов в устной коммуникации, их классификация, правила формулирования. Техника ответов на вопросы в публичном выступлении.
22. Виды деловых бесед. Цели, задачи и структура деловой беседы. Факторы успеха деловой беседы.
23. Подготовка, организация и проведение деловых совещаний. Факторы результативности совещания.
24. Деловые переговоры: подготовка, стратегия и тактика проведения, Типы совместных решений.
25. Роль брифингов и пресс-конференций в деловом общении с прессой. Требования к ведущему.
26. Презентация: основные цели, типы, виды, принципы организации.
27. Подготовка и техника проведения презентации.
28. Деловое общение на выставках и ярмарках. Особенности заключения контрактов.
29. Язык жестов в деловой коммуникации. Средства невербальной коммуникации, их классификация.
30. Внешние проявления эмоциональных состояний. Мимика и взгляд. Поза и жестикация в деловом общении. Паралингвистические особенности невербальной коммуникации.

31. Внешний вид и одежда в деловой коммуникации.
32. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловом взаимодействии.
33. Особенности невербальной коммуникации с представителями различных культур.
34. Технологии самопрезентации.
35. Документы деловой и научной коммуникации.
36. Деловая и научная переписка. Стандарты по осуществлению письменных коммуникаций внутри России и с зарубежными партнерами. Общие требования к деловым письмам.
37. Этические нормы при составлении текста делового письма.
38. Роль коммуникации в управлении. Коммуникативные качества менеджера. Коммуникации в управлении персоналом.
39. Основные составляющие имиджа организации.
40. Деловая культура, корпоративная культура и имидж фирмы.
41. Культура поведения сотрудников, традиции и этика делового общения, служебно-административный кодекс фирмы. Фирменная реклама.
42. Общественная и благотворительная деятельность фирмы.
43. Деловой протокол. История формирования и сферы применения.
44. Деловой этикет и предпринимательский успех.
45. Функции этикета, правила этикета. Профессиональный этикет.
46. Особенности протокола и этикета на официальных приемах и презентациях.

### **Порядок выполнения самостоятельной работы**

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. Для успешной работы на семинаре студент должен прочесть указанную преподавателем литературу, активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления слушателей на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

В процессе изучения дисциплины «Деловые и научные коммуникации» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы, выполнение практических заданий.

В рамках самостоятельной работы студент должен:

- исследовать дополнительную научную литературу по социальным проблемам;
- разбирать конкретные кейсы;
- работать с учебником и учебно-методическим материалом, самостоятельно изучать отдельные разделы дисциплины.

### **7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС**

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
2	10	0	20	20	0	20	30	<b>100</b>
3	10	0	20	20	0	20	30	<b>100</b>

### **Программа оценивания учебной деятельности студента**

**2 семестр**

**Лекции** – от 0 до 10 баллов

**Лабораторные занятия** – не предусмотрены

**Практические занятия** – от 0 до 20 баллов  
**Самостоятельная работа** – от 0 до 20 баллов  
**Автоматизированное тестирование** – не предусмотрено  
**Другие виды учебной деятельности** - от 0 до 20 баллов  
**Промежуточная аттестация -0 экзамен** – от 0 до 30 баллов

**При проведении промежуточной аттестации:**

**21-30 баллов** – ответ на «отлично»  
**11-20 баллов** – ответ на «хорошо»  
**6-10 баллов** – ответ на «удовлетворительно»  
**0-5 баллов** – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 2 семестр обучения по дисциплине «Деловые и научные коммуникации» составляет **100** баллов.

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Деловые и научные коммуникации» в оценку (экзамен):

86 – 100 баллов	«отлично»
71-85 баллов	«хорошо»
60 - 70 баллов	«удовлетворительно»
меньше 60 баллов	«не удовлетворительно»

**3 семестр**

**Лекции** – от 0 до 10 баллов

**Лабораторные занятия** – не предусмотрены

**Практические занятия**

Оценивается активность, полнота ответов, их правильность, уровень подготовки – от 0 до 20 баллов

**Самостоятельная работа**

Проверка подготовленных рефератов, решенных практических задач. Оценивается правильность оформления, раскрытие вопроса, обоснованность – от 0 до 20 баллов

**Автоматизированное тестирование**

не предусмотрено

**Другие виды учебной деятельности**

Оценивается участие в волонтерском движении, реализации социальных проектов и победы на конкурсах и фестивалях различного уровня – от 0 до 20 баллов

**Промежуточная аттестация – экзамен – от 0 до 30 баллов**

Представляет собой устные ответы на два вопроса из перечня контрольных вопросов к курсу по выбору преподавателя и защиту социального проекта. При проведении промежуточной аттестации:

**21-30 баллов** – ответ на «отлично»  
**11-20 баллов** – ответ на «хорошо»  
**6-10 баллов** – ответ на «удовлетворительно»  
**0-5 баллов** – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 3 семестр обучения по дисциплине «Деловые и научные коммуникации» составляет **100** баллов.

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Деловые и научные коммуникации» в оценку (экзамен):

86 – 100 баллов	«отлично»
71-85 баллов	«хорошо»
60 - 70 баллов	«удовлетворительно»
меньше 60 баллов	«не удовлетворительно»



## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) литература:**

1. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2019. ЭБС «Знаниум».
2. Павлова Л.Г. Деловые коммуникации: учебник / Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. [Электронный ресурс] — М.: КноРус, 2016. - 300 с. - ISBN 978-5-406-03337-1 DOI 10.15216/978-5-406-03337-1 Книга находится в базовой версии ЭБС BOOK.ru.
3. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова; Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. ЭБС «Знаниум»
4. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз. Учебное пособие. /М.В. Гундарин. -М.: 2011. (В ЗНБ СГУ). 18 экземпляров.

### **б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

<https://delovoymir.biz/>  
<http://www.advi.ru>  
<http://www.nuap.ru>  
<http://www.pr4u.ru>  
<http://www.pr-dialog.ru>  
<http://www.pronline.ru>  
<http://www.pr-professional.ru>  
<http://www.press-service.ru>  
<http://www.expert.ru>

#### **Лицензионное программное обеспечение**

- ОС Windows
- пакет программ Microsoft Office

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Компьютерный класс, подключенный к сети «Интернет» и обеспеченный доступом к электронной информационно-образовательной среде, мультимедийное оборудование, информационные базы данных, учебная, научная, монографическая литература, практическая периодика, оборудованные учебные классы.

В рамках занятий по дисциплине, проводимых в форме практической подготовки, основным местом их организации является кафедра социальных коммуникаций и учебно-научная лаборатория кафедры социальных коммуникаций «ЛИССА».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор:

доктор социологических наук, профессор,

заведующий кафедрой социальных коммуникаций

О.Ю. Голуб

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 30.05.2022 года, протокол №11.