

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

Юридический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
" 31 " 05 2022 г.



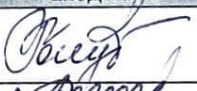
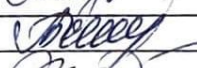
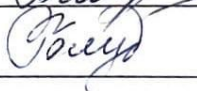
Рабочая программа дисциплины
Деловая коммуникация

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная

Саратов,
2022

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

1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Деловая коммуникация» имеет своими целями представление коммуникации во всем многообразии на основе фундаментализации, интенсификации и индивидуализации процесса обучения путём внедрения и эффективного использования достижений теории коммуникации и ее практического применения, повышение коммуникативной компетентности в профессиональной деятельности.

Задачами освоения данной дисциплины являются, во-первых, обучение анализу и планированию делового общения; навыкам установления делового контакта; навыкам выявления и преодоления барьеров делового общения; навыкам организации различных форм деловой коммуникации; во-вторых, формирование навыков эффективного речевого взаимодействия, ораторского искусства, активного слушания, составления письменных документов; в-третьих, развитие навыков оценки личности и воздействия на нее в процессе профессиональной деятельности, коррекции эмоционального состояния партнера.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Деловая коммуникация»(Б1.О.20)входит в обязательную часть блока1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ООП по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Данная дисциплина опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации», «Русский язык и культура речи», «Мировая литература и искусство», и составляет основу для ряда специальных дисциплин, изучаемых на последующих этапах обучения.

Дисциплина «Деловая коммуникация» изучается параллельно с дисциплинами: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика медиакоммуникаций».

Учебная дисциплина «Деловая коммуникация» является предшествующей для дисциплин: «Стилистика и литературное редактирование текстов»,«Кризисные коммуникации и кризисный PR», «Корпоративная этика и корпоративная культура».

3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1.1_Б.УК-3. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде. 2.1_Б.УК-3. Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально	Знать: содержание деловой коммуникации, её функции, типологию; стили коммуникации; ролевые и манипулятивные классификации деловых партнеров; содержание этики деловой, профессиональной; национальные особенности этики делового общения. Уметь: применять способы преодоления коммуникативных барьеров, методы воздействия на партнера, завоевания симпатии, формулы логического убеждения, смягчения конфликтных

	<p>незащищенные слои населения и т.п.).</p> <p>3.1_ Б.УК-3. Предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.</p> <p>4.1_ Б.УК-3. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды</p>	<p>ситуаций и выхода из них; применять кросс-культурный анализ и национальные особенности ценностных ориентаций, восприятия и мышления; поведения и характерных тактических приемов при принятии решений.</p> <p>Владеть: навыками анализа и планирования делового общения; установления делового контакта; выявления и преодоления барьеров делового общения; навыкам организации различных форм деловой коммуникации, эффективного речевого взаимодействия, ораторского искусства, активного слушания, составления письменных документов; навыками оценки личности и воздействия на нее в процессе профессиональной деятельности, коррекции эмоционального состояния партнера</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах)</p>	<p>1.1_ Б.УК-4. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно-приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p> <p>2.1_ Б.УК-4. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>3.1_ Б.УК-4. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-</p>	<p>Знать: законы публичной речи, стили речи при деловом общении; тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения; вербальные и невербальные средства коммуникации; социокультурные различия в формате корреспонденции на изучаемом иностранном языке;</p> <p>Уметь: использовать информационно-коммуникационные технологии в процессе поиска нужной информации для решения коммуникативных задач; вести деловую переписку, учитывая</p>

	<p>ых) языках. 4.1_ Б.УК-4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках. 5.1_Б.УК-4. Демонстрирует умение выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) языка (-ов) на государственный язык</p>	<p>особенности стилистики официальных и неофициальных писем; вести устные деловые разговоры; выполнять перевод академических текстов с изучаемого языка на русский. Владеть: навыками организации форм устной коммуникации; классическими правилами ведения диалога, фольклорными правилами речевого этикета, культурой речи, техниками воздействия на аудиторию, тактическими приемами использования аргументов и формул логического убеждения</p>
<p>ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать: системы социальных взаимодействий и программы поведения, обеспечивающие оптимальные условия жизнедеятельности и нейтрализующие негативные последствия пережитых жизненных напряжений и проблем в соответствии с возрастными возможностями и индивидуально-личностными особенностями; Уметь: помочь человеку в сложных жизненных ситуациях, будь то подростковые, детско-родительские, супружеские проблемы или жесткий профессиональный отбор и конкуренция в деловом мире; Владеть: средствами практической помощи и психологической поддержки личности, испытывающей затруднения в решении жизненных проблем, преодолевающей последствия социальных и природных аномалий и катастроф, в организации оптимальных условий</p>

		жизнедеятельности, способствующих наилучшей социальной и психологической адаптации и снятию напряжения и следствий пережитых травмирующих ситуаций, преодолению посттравматических стрессовых нарушений
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: содержание, деловой коммуникации, стили коммуникации; психологические особенности партнеров; особенности невербальной коммуникации с представителями различных культур; нормы делового этикета Уметь: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; распознавать, преодолевать коммуникативные барьеры; Владеть: методами воздействия на партнера, завоевания симпатии, логического убеждения и аргументации, смягчения конфликтных ситуаций и выхода из них; навыками современного делового этикета и культурой поведения делового человека
ПК-1 Способен принимать участие в проектировании (планирование, подготовка и проведение) коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании	Знать: принципы взаимоотношений в рабочем коллективе, основные формы и нормы делового общения, стили коммуникации; психологические особенности партнеров; главные составляющие деловой этики; стандарты по ведению деловой переписки; Уметь: применять технологии моделирования брифинга, пресс-

	коммуникационного продукта	конференции, организации выставок, презентаций Владеть: методами воздействия на партнера, завоевания симпатии, логического убеждения и аргументации, смягчения конфликтных ситуаций и выхода из них; техниками ведения деловых бесед, деловых совещаний, деловых переговоров; навыками ведения деловой переписки; технологиями самопрезентации; навыками современного делового этикета и культурой поведения делового человека
ПК-5 Способен самостоятельно разрабатывать аналитические справки, обзоры и прогнозы	ПК-5.1 Самостоятельно ставит и решает инновационные задачи анализа в области рекламы и PR с использованием фундаментальных и специальных знаний; ПК-5.2 способен структурировать информацию о полученных результатах, излагать её логически последовательно ПК-5.3 владеет способностью критического осмысления результатов анализа	Знать: классификацию документов, стандарты по ведению деловой переписки, стандарты по осуществлению письменных коммуникаций Уметь: разрабатывать аналитические справки, обзоры и прогнозы, как виды деловой письменной коммуникации Владеть: техниками аргументации, способностью критического осмысления результатов анализа

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц 324 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			СРС	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекции	Практические занятия	СРС		
					Общая трудоемкость	Из них – практическая подготовка		

1	Тема 1. Методологические основы и предмет курса «Деловая коммуникация»	3		2	2	2	8	подготовка докладов, выступлений
2	Тема 2. Психолого-коммуникативный потенциал личности	3		4	2	2	8	подготовка выступлений; подготовка эссе
3	Тема 3. Этика деловой коммуникации	3		2	4	4	8	задачи, задания, тестирование
	Тема 4. Основы устной коммуникации	3		4	4	4	8	задачи, задания, тестирование
	Тема 5. Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного деловой коммуникации	3		4	4	4	8	задачи, задания, тестирование
	Промежуточная аттестация	3						зачёт
	Итого за 3 семестр 72 часа			16	16	16	40	
	Тема 6. Деловые переговоры: подготовка и проведение	4		4	4	4	8	задачи, задания, тестирование
	Тема 7. Деловое общение с представителями СМИ	4		4	4	4	6	задачи, задания, тестирование
	Тема 8. Особенности делового общения на презентациях, выставках и ярмарках	4		4	4	4	6	подготовка эссе, практические задания, тестирование
	Тема 9. Письменные коммуникации	4		4	4	4	8	задачи, задания, тестирование
	Тема 10. Невербальные средства в деловом общении	4		2	2	2	8	задачи, задания, тестирование
	Промежуточная аттестация	4						зачёт
	Итого за 4 семестр 72 часа			18	18	18	36	
	Тема 11. Деловые коммуникации в управлении и имидж фирмы	5		8	8	8	18	подготовка эссе, практические задания, тестирование

Тема 12. Деловой протокол и его место в деловом общении	5		8	8	8	18	подготовка эссе, практические задания, тестирование
Тема 13. Деловой этикет и культура поведения делового человека	5		10	10	10	20	подготовка эссе, практические задания, тестирование
Тема 14. Деловой этикет и протокол организации приемов и презентаций	5		8	8	8	20	подготовка эссе, практические задания, тестирование
Промежуточная аттестация	5						Экзамен-36
Итого за 5 семестр 180 часов			34	34		76	
Всего			288				

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Методологические основы и предмет курса «Деловая коммуникация»

Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в деловой сфере. 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.

Тема 2. Психолого-коммуникативный потенциал личности

Личность как субъект и объект коммуникации. Психологические особенности партнеров. Классификация абстрактных типов собеседников. Методы воздействия на партнера, завоевания симпатии, формулы логического убеждения, смягчения конфликтных ситуаций и выхода из них (уступка, компромисс, сотрудничество, игнорирование, прямое жесткое требование).

Техника аргументации (риторические методы: противоречия, «извлечения выводов», сравнения, «да-но», «бумеранга», видимой поддержки и т.д.; спекулятивные методы: преувеличения, анекдота, ссылки на авторитет, апелляции, дискредитации, искажения и т.д.). Применяемые риторические выразительные средства (наглядные, впечатляющие, эстетические, коммуникативные и т.д.).

Ролевые и манипулятивные классификации деловых партнеров. Особенности психологического манипулирования людьми.

Репрезентативная система в деловом общении.

Тема 3. Этика деловой коммуникации

Теоретические предпосылки становления этики делового общения. Этика делового общения в истории философской мысли. Этика в учении Конфуция, Сократа, Платона, Аристотеля.

Виды этических норм и правил. Общечеловеческая этика, теонимная этика, идеологическая этика, национальная; профессиональная этика; региональная, местная этика; корпоративная; групповая этика; индивидуальная этика. Этика деловая, научная, профессиональная.

Правила общения (правила Грайса): количества, качества, релевантности, стиля.

Этика делового общения «сверху-вниз». Нравственные эталоны и образцы поведения руководителя. Основные принципы этики делового общения «снизу-вверх», «по горизонтали».

Деловая этика и ее специфика (предпринимательство – соревнование интеллектов, допускающее умолчание, хитрости, неожиданные ходы). Обязательность, ответственность и компетентность – главные составляющие деловой этики.

Современное состояние российской деловой культуры. Этика бизнеса как социальный регулятор. Этика бизнеса и социальная ответственность.

Профессиональная этика. Деловая этика в рекламе.

Общие основы и различия в российской и зарубежной этике бизнеса (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 4. Основы устной коммуникации

Деловое общение как речевая коммуникация. Законы публичной речи. Композиция и стиль речи при деловом общении. Воздействие на аудиторию. Тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения. Словарный запас делового человека.

Формы устной коммуникации: особенности, технологии подготовки и проведения. Классические правила ведения диалога. Фольклорные правила речевого этикета. Культура речи. Основы устного общения. Композиция и стиль речи при деловом общении. Риторика. Воздействие на аудиторию. Тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения.

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 5. Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного деловой коммуникации

Виды деловых бесед: Цели, задачи и структура деловой беседы. Эффективные приемы начала деловой беседы. Ведение деловых бесед. Типы собеседников в деловом общении. Культура организации деловых бесед. Факторы успеха деловой беседы. Особенности деловой беседы по телефону. Междугородный телефонный разговор. Правила общения при помощи мобильного телефона.

Методика проведения деловых совещаний. Виды совещаний. Цели делового совещания. Подготовка, организация и проведение совещания. Типичные ошибки. Структура совещания. Культура поведения сотрудников на совещании. Типы ведущих и результативность совещания.

Тема 6. Деловые переговоры: подготовка и проведение

Классификация переговоров (по содержанию и целям, охватываемой области, количеству и статусу участников). Особенности деловых и коммерческих переговоров. Стадии подготовки и проведения переговоров. Организационная подготовка деловых переговоров и составление программы, определение участников, времени и места их проведения. Разработка стратегии и тактики переговоров, анализ информации, определение позиции, согласование условий, составление «сценария» переговоров, распределение «ролей» участников своей делегации, подготовка вспомогательных материалов и проектов намечаемых к обсуждению документов. Проработка условий конечных документов переговоров с функциональными службами своей организации и с субподрядчиками. Использование таких методов подготовки, как «деловая игра», «мозговая атака», анализ балансовых листов и др. Техническое обеспечение переговоров.

Ведение переговоров. Выбор концептуального подхода: конфронтационного (торг) либо партнерского (совместное решение проблемы). Тактические приемы повышения эффективности переговоров. Способы подачи позиции (открытие ее, закрытие, выжидание, затяжка, постепенное приоткрывание – «салями»). Оферта, возможная реакция на предложения, методы торга, акцепт. Возможные тактические приемы со стороны партнера (завышение требований, расстановка по нарастающей, пакетирование и т.д.).

Типы совместных решений. Симметричные и асимметричные решения. Особенности ведения международных переговоров.

Тема 7. 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 8. Особенности делового общения на презентациях, выставках и ярмарках

Презентация: основные цели, типы (внешние и внутренние), виды (восходящие и нисходящие, продвигающие и информационные, публичные, камерные и приватные), принципы организации. Подготовка и техники проведения презентации. Разнообразные коммуникативные приемы подхода к потенциальному покупателю.

Деловое общение на выставках и ярмарках. Подготовка тематического и экспозиционного плана и рекламных материалов организаторами выставки.

Организация встреч со специалистами и проведение тематических семинаров и презентаций. Правила ведения записи посетителей стенда.

Особенности заключения контрактов на ярмарках и выставках.

Тема 9. 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-оферта, письмо-запрос, письмо-рекламация и др.).

Этические нормы при составлении текста делового письма.
Рекламный текст как вид деловой письменной коммуникации.

Тема 10. 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 11. Деловые коммуникации в управлении и имидж фирмы

Роль коммуникации в управлении. Коммуникативные качества менеджера. Восприятие подчиненными стиля руководства.

Ситуативные и групповые факторы в управленческих коммуникациях. Использование группового потенциала, организация принятия коллективных решений.

Бизнес-коммуникации в управлении персоналом. Особенности коммуникации при подборе персонала, в процессе адаптации работника, при перемещениях и планировании карьеры, в ситуациях трудовых конфликтов, в ситуации наказания и увольнения работников.

Основные составляющие имиджа фирмы. Деловая культура, корпоративная культура и имидж фирмы. Культура поведения сотрудников, традиции и этика делового общения, служебно-административный кодекс фирмы. Фирменная реклама.

Тема 12. Деловой протокол и его место в деловом общении

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

История формирования протокола. Современный бизнес-протокол.

Тема 13. Деловой этикет и культура поведения делового человека

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.

Исходные качества, составляющие основы этикета. 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.

Тема 14. Деловой этикет и протокол организации приемов и презентаций

Приемы и их виды. Классификация приемов, их деловое содержание и значимость. Основные виды приемов, их характеристики и время проведения (Бокал вина, «Ланч», Чай, «Жур Фикс», Коктейль, презентация, Обед, обед-буфет, Ужин). Неофициальные приемы («Бранч», «Барбекю», Пикник и др.). Порядок прихода руководителей и подчиненных, а также рассадки гостей на приемах. Сервировка стола. Виды обслуживания.

Особенности протокола на деловых приемах и презентациях. Этикет устроителей и приглашенных на официальные приемы и презентации.

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. Итоговый контроль – экзамен.

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 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 152 часа.

В процессе изучения дисциплины «Деловая коммуникация» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, задания по работе с специальной литературой, написание эссе, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы.

6.1. Виды самостоятельной работы

Раздел / Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Темы 1-14	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
Итого часов на самостоятельную работу: 152		

6.2. 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.

6.3. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в 3 семестре (зачёт):

1. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в деловой сфере.
2. Деловое общение, его цели, условия, содержание, функции.
3. Основные типы и виды общения.
4. Общение как триединый процесс коммуникации, интеракции, перцепции.
5. Манера и стиль делового общения.
6. Репрезентативная система в деловом общении.
7. Коммуникативная компетентность делового человека.
8. Деловое общение как процесс, его содержание и составные части.
9. Структура коммуникативного процесса.
10. Обратная связь, ее роль в коммуникативном процессе.
11. Коммуникативные барьеры: логический, стилистический, семантический, фонетический.
12. Средства и каналы коммуникации. Электронные средства коммуникации.
13. Личность как субъект и объект делового взаимодействия.
14. Психологические характеристики личности. Модели поведения личности.
15. Коммуникативные качества в составе потенциала личности.
16. Рольевые и манипулятивные классификации деловых партнеров.
17. Особенности психологического манипулирования людьми.
18. Этика делового общения. Виды этических норм и правил.
19. Деловая этика и ее специфика.
20. Обязательность, ответственность, компетентность – главные составляющие деловой этики.
21. Этика бизнеса как социальный регулятор. Профессиональная этика.
22. Национальная специфика этики делового общения.

в 4 семестре (зачёт):

1. Деловое общение как речевая коммуникация.
2. Речевая норма и культура речи.
3. Словарный запас делового человека.
4. Публичная речь: риторика, воздействие на аудиторию, формулы и приемы логического убеждения и аргументации.
5. Слушание в деловом взаимодействии.
6. Принципы, условия, факторы эффективного слушания.
7. Значение вопросов в устной коммуникации, их классификация, правила формулирования.
8. Техника ответов на вопросы в публичном выступлении.

9. Виды деловых бесед.
10. Цели, задачи и структура деловой беседы. Факторы успеха деловой беседы.
11. Особенности деловой беседы по телефону
12. Подготовка, организация и проведение деловых совещаний. Факторы результативности совещания.
13. Деловые переговоры: подготовка, стратегия и тактика проведения, Типы совместных решений.
14. Роль брифингов и пресс-конференций в деловом общении с прессой. Требования к ведущему.
15. Презентация: основные цели, типы, виды, принципы организации.
16. Подготовка и техника проведения презентации.
23. Виды документов, образующих деловую переписку.
24. Этические нормы при составлении текста делового письма.
25. Язык жестов в деловой коммуникации.
26. Средства невербальной коммуникации, их классификация.
27. Внешние проявления эмоциональных состояний. Мимика и взгляд. Поза и жестикация в деловом общении.
28. Паралингвистические особенности невербальной коммуникации.
29. Внешний вид и одежда в деловой коммуникации.
30. Зоны и дистанции в деловой коммуникации.
31. Организация пространственной среды в деловом взаимодействии.
32. Особенности невербальной коммуникации с представителями различных культур.
33. Роль коммуникации в управлении. Коммуникативные качества менеджера.
34. Бизнес-коммуникации при управлении персоналом.
35. Особенности коммуникации при подборе персонала, в процессе адаптации работника, при перемещениях и планировании карьеры, в ситуациях трудовых конфликтов, в ситуации наказания и увольнения работников.
36. Основные составляющие имиджа фирмы.
37. Деловая культура, корпоративная культура и имидж организации.
38. Общественная и благотворительная деятельность организации.
39. Деловой протокол. История формирования и сферы применения.
40. Деловой этикет и предпринимательский успех.
41. Функции этикета, правила этикета. Профессиональный этикет.
42. Особенности протокола и этикета на официальных приемах и презентациях.

в 5 семестре (экзамен):

1. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в деловой сфере.
2. Деловое общение, его цели, условия, содержание, функции.
3. Основные типы и виды общения.
4. Общение как триединый процесс коммуникации, интеракции, перцепции.
5. Манера и стиль делового общения.
6. Репрезентативная система в деловом общении.
7. Коммуникативная компетентность делового человека.
8. Деловое общение как процесс, его содержание и составные части.
9. Структура коммуникативного процесса.
10. Обратная связь, ее роль в коммуникативном процессе.
11. Коммуникативные барьеры: логический, стилистический, семантический, фонетический.
12. Средства и каналы коммуникации. Электронные средства коммуникации.
13. Личность как субъект и объект делового взаимодействия.
14. Психологические характеристики личности. Модели поведения личности.
15. Коммуникативные качества в составе потенциала личности.

16. Ролевые и манипулятивные классификации деловых партнеров.
17. Особенности психологического манипулирования людьми.
18. Этика делового общения. Виды этических норм и правил.
19. Деловая этика и ее специфика.
20. Обязательность, ответственность, компетентность – главные составляющие деловой этики.
21. Этика бизнеса как социальный регулятор. Профессиональная этика.
22. Национальная специфика этики делового общения.
23. Деловое общение как речевая коммуникация.
24. Речевая норма и культура речи.
25. Словарный запас делового человека.
26. Публичная речь: риторика, воздействие на аудиторию, формулы и приемы логического убеждения и аргументации.
27. Слушание в деловом взаимодействии.
28. Принципы, условия, факторы эффективного слушания.
29. Значение вопросов в устной коммуникации, их классификация, правила формулирования.
30. Техника ответов на вопросы в публичном выступлении.
31. Виды деловых бесед.
32. Цели, задачи и структура деловой беседы. Факторы успеха деловой беседы.
33. Особенности деловой беседы по телефону
34. Подготовка, организация и проведение деловых совещаний. Факторы результативности совещания.
35. Деловые переговоры: подготовка, стратегия и тактика проведения, Типы совместных решений.
36. Роль брифингов и пресс-конференций в деловом общении с прессой. Требования к ведущему.
37. Презентация: основные цели, типы, виды, принципы организации.
38. Подготовка и техника проведения презентации.
39. Виды документов, образующих деловую переписку.
40. Этические нормы при составлении текста делового письма.
41. Язык жестов в деловой коммуникации.
42. Средства невербальной коммуникации, их классификация.
43. Внешние проявления эмоциональных состояний. Мимика и взгляд. Поза и жестикация в деловом общении.
44. Паралингвистические особенности невербальной коммуникации.
45. Внешний вид и одежда в деловой коммуникации.
46. Зоны и дистанции в деловой коммуникации.
47. Организация пространственной среды в деловом взаимодействии.
48. Особенности невербальной коммуникации с представителями различных культур.
49. Роль коммуникации в управлении. Коммуникативные качества менеджера.
50. Бизнес-коммуникации при управлении персоналом.
51. Особенности коммуникации при подборе персонала, в процессе адаптации работника, при перемещениях и планировании карьеры, в ситуациях трудовых конфликтов, в ситуации наказания и увольнения работников.
52. Основные составляющие имиджа фирмы.
53. Деловая культура, корпоративная культура и имидж организации.
54. Общественная и благотворительная деятельность организации.
55. Деловой протокол. История формирования и сферы применения.
56. Деловой этикет и предпринимательский успех.
57. Функции этикета, правила этикета. Профессиональный этикет.
58. Особенности протокола и этикета на официальных приемах и презентациях.

6.4. 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 «Деловая коммуникация» 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
3	20	0	20	20	0	20	20	100
4	20	0	20	20	0	20	20	100
5	20	0	20	20	0	20	20	100

Программа оценивания учебной деятельности студента в 3, 4 семестрах

Лекции – от 0 до 20 баллов

Посещаемость (от 0 до 1 балла), активность и участие в блиц-опросах по ранее пройденному материалу (от 0 до 1 балла).

Лабораторные занятия – не предусмотрены

Практические занятия – от 0 до 20 баллов

Посещаемость и активность работы в ходе семинарского занятия (участие в дискуссии, выступление с докладами и рефератами, выполнение практических заданий, работа на тренингах и мастер-классах) - (от 0 до 3 баллов за каждое семинарское занятие).

Самостоятельная работа – от 0 до 20 баллов

Наличие конспектов и правильно выполненных практических заданий (от 0 до 3), участие в подготовке к деловым играм и учебным проектам (от 0 до 5 баллов).

Автоматизированное тестирование – не предусмотрены

Другие виды учебной деятельности – от 0 до 20 баллов

Виды учебной деятельности, не вошедшие в предыдущие колонки таблицы - от 0 до 20 баллов (участие в научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах, тестирование и др.).

Промежуточная аттестация – зачет – от 0 до 20 баллов

Промежуточная аттестация проводится в устной форме по вопросам для промежуточной аттестации.

Исчерпывающий ответ по вопросам курса –20 баллов

Верный ответ с незначительными ошибками и пробелами - от 15 до 19 баллов

Верный ответ со значительными недочетами - от 10 до 14 баллов

Неверный ответ с серьезными недочетами - от 0 до 9 баллов

При определении разброса баллов при аттестации преподаватель может воспользоваться следующим примером ранжирования:

16-20 баллов – ответ на "зачтено"

0-15 баллов – ответ на "не зачтено".

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за каждый (третий, четвертый) семестр по дисциплине "Деловая коммуникация" составляет **100** баллов.

Таблица 2.1 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине "Деловая коммуникация» в оценку (зачет):

60 баллов и более	"зачтено"
меньше 60 баллов	"не зачтено"

5 семестр

Лекции – от 0 до 20 баллов

Посещаемость (от 0 до 1 балла), активность и участие в блиц-опросах по ранее пройденному материалу (от 0 до 1 балла).

Лабораторные занятия – не предусмотрены

Практические занятия – от 0 до 20 баллов

Посещаемость и активность работы в ходе семинарского занятия (участие в дискуссии, выступление с докладами и рефератами, выполнение практических заданий, работа на тренингах и мастер-классах) - (от 0 до 3 баллов за каждое семинарское занятие).

Самостоятельная работа – от 0 до 20 баллов

Наличие конспектов и правильно выполненных практических заданий (от 0 до 3), участие в подготовке к деловым играм и учебным проектам (от 0 до 5 баллов).

Автоматизированное тестирование – не предусмотрены

Другие виды учебной деятельности – от 0 до 20 баллов

Виды учебной деятельности, не вошедшие в предыдущие колонки таблицы - от 0 до 20 баллов (участие в научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах, тестирование и др.).

Промежуточная аттестация– экзамен – от 0 до 20 баллов

Промежуточная аттестация проводится в устной форме по вопросам для промежуточной аттестации.

Исчерпывающий ответ по вопросам курса (отлично) –20 баллов

Верный ответ с незначительными ошибками и пробелами (хорошо) - от 15 до 19 баллов

Верный ответ со значительными недочетами (удовлетворительно) - от 10 до 14 баллов

Неверный ответ с серьезными недочетами (неудовлетворительно) - от 0 до 9 баллов

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за пятый семестр по дисциплине "Деловая коммуникация" составляет **100** баллов.

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине "Деловая коммуникация" в оценку (экзамен):

91-100 баллов	"отлично"
75 - 90 баллов	"хорошо"
50 -74 баллов	"удовлетворительно"
0 - 49 баллов	"не удовлетворительно"

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) литература:

1. 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. ✓
2. 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» ✓
3. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз. Учебное пособие. / М.В. Гундарин. - М.: 2020. (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 учебно-научная лаборатория кафедры социальных коммуникаций «ЛИССА».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «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.