

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

---

**Институт общественных наук**

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой политических и  
общественных коммуникаций  
Протокол от «23» мая 2018 г. №10

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.6.1. Корпоративные и социальные коммуникации**

---

*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

---

*(код, наименование направления подготовки (специальности))*

**"Диджитал реклама и связи с общественностью"**

---

*(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))*

**бакалавр**

---

*(квалификация)*

**Очная форма обучения**

---

*(форма(ы) обучения)*

год набора – 2019

Москва, 2018 г.

**Автор составитель:**

Старший преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций.  
Богуславский Сергей Михайлович

Заведующий кафедрой  
политических и общественных  
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликкио

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 6.1. Основная литература
  - 6.2. Дополнительная литература
  - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
  - 6.4. Нормативные правовые документы
  - 6.5. Интернет-ресурсы
  - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Корпоративная и социальная коммуникация обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 13	Овладение способами и приёмами, необходимые для умений осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия.	1 этап (код этапа ПК - 13.1)	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий.
ПК-16	Способность к реализации одного из звеньев рекламной кампании – производство и распространение рекламной продукции.	2 этап (код этапа ПК -16.2)	Способность самостоятельно искать, извлекать, систематизировать, анализировать и отбирать необходимую для решения профессиональных задач информацию, организовывать, преобразовывать, сохранять и передавать её с целью осуществления всех этапов рекламной продукции.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
определение целевых результатов коммуникационной стратегии	1 этап (код этапа ПК – 13.1)	на уровне знаний: - механизмы деятельности рекламной организации. - основные принципы работы рекламной и PR-организации.
		на уровне умений: - составлять планы и графики рекламных кампаний и мероприятий, разработать техническое исполнение. - работать с рекламой, рекламными и пропагандистскими кампаниями. - проводить презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д.
		на уровне навыков: - навыками взаимодействия с

		<p>субъектами рекламной деятельности и общественностью.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками контроля за рекламной продукцией.</li> <li>- навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.</li> <li>- техническими навыками проведения рекламных кампаний и мероприятий, навыками подготовки необходимой документации.</li> </ul>
выбор методологии и инструментов	2 этап (код этапа ПК -16.2)	<p>на уровне знаний: - типы и виды рекламной продукции</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- место и роль рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний.</li> <li>- знание принципов работы с дизайнерами, программистами, разработчиками.</li> </ul> <p>на уровне умений: - выбирать типы и виды рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний.</li> <li>- работать с визуальными элементами; работать с продакшн-компаниями (типографии, разработчики программного обеспечения).</li> </ul> <p>на уровне навыков: - технологией подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владение профильными компьютерными программами (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, QuarkXPress, PageMaker и их аналоги).</li> </ul>

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 ас.ч, в том числе 28 ак.ч./21 ас.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 ас.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ДВ.6.1. «Корпоративные и социальные коммуникации», 4 курс, 8 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения:

Интегрированные коммуникации

Основы маркетинга

История общественных коммуникаций

## Интегрированные коммуникации

## 1. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Коммуникация: основные понятия				6		8	О
Тема 2	Знаковые системы вербальной и невербальной коммуникации				5		8	О,Д
Тема 3	Коммуникативные барьеры				8		10	О,Д
Тема 4	Коммуникация в конфликте				4		7	О, ПЗ
Тема 5	Деловая коммуникация: организационный аспект				2		5	О,Д
Тема 6	Практические навыки деловой коммуникации				3		6	О, ПЗ
Промежуточная аттестация		0						зачет
Всего:		72			28		44	

*Примечание:*

\* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

\*\* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д, практические задания(ПЗ)) и др.

## Содержание дисциплины

## Тема 1. Коммуникация: основные понятия

## 1.1. Коммуникация в структуре общения

Коммуникативная сторона общения, ее взаимосвязь с перцептивной и интерактивной

сторонами общения. Соотношение понятий коммуникация и конфликт.

Определение коммуникации с точки зрения теории информации. Специфика коммуникации по сравнению с информационными процессами.

Коммуникация как смысловой аспект социального взаимодействия. Функции коммуникации: управленческая, информативная, эмотивная, фатическая.

## 1.2. Основные направления исследования коммуникации

Пол Вацлавик: тезис о неизбежности коммуникации. Структура уровней коммуникации: содержание и отношения. Уровень отношений как источник возможного конфликта.

Модель коммуникации Шульца фон Туна. Основные аспекты сообщения: самовыражение, предметное содержание, отношения, воздействие. Восприимчивость коммуникаторов к различным аспектам сообщения как причина конфликта.

## **Тема 2. Знаковые системы вербальной и невербальной коммуникации**

### 2.1. Условия успешной коммуникации

Схема коммуникативного процесса. Понятие кода. Несовпадение кодов как причина непонимания между участниками коммуникации.

Феномен обратной связи. Понимание контекста общения как условие успешной коммуникации. Метакоммуникация и ее функции.

### 2.2. Семантика невербальной коммуникации

Понятие знака и знаковой системы. Специфика знаковых систем, используемых человеком. Основные знаковые системы невербальной коммуникации. Функции невербальной коммуникации. Проблема культурной обусловленности невербальной коммуникации.

Общая характеристика невербальных средств, относящихся к оптико-кинетической знаковой системе. Пара- и экстралингвистические средства коммуникации. Проксемические закономерности общения. Противоречивая коммуникация.

## **Тема 3. Коммуникативные барьеры**

### 3.1. Виды коммуникативных барьеров

Психологические предпосылки возникновения коммуникативных барьеров. Контрсуггестия как основная функция коммуникативного барьера.

Виды коммуникативных барьеров: избегание, непонимание, авторитет. Общая характеристика коммуникативных барьеров.

Уровни непонимания: фонетический, семантический, стилистический и логический.

### 3.2. Способы преодоления коммуникативных барьеров

Преодоление избегания. Внешние и внутренние факторы привлечения внимания. Приемы управления и поддержания внимания: завлечение, контакт глаз, изоляция, навязывание ритма, акцентировка.

Преодоление непонимания. Фонетические характеристики коммуникации. Понятие тезауруса. Приемы структурирования информации: правило рамки и правило цепи. Восходящий и нисходящий способы аргументации как средство преодоления логического барьера. Односторонняя и двусторонняя аргументация и их сравнительная эффективность.

## **Тема 4. Коммуникация в конфликте**

### 4.1. Причины возникновения коммуникативных конфликтов

Ситуативные позиции в конфликте. Анализ коммуникативных конфликтов в транзактном анализе (Э.Берн). Вербальные и невербальные проявления позиций Родителя, Взрослого, Ребенка. Неравные и пересекающиеся транзакции и их роль в возникновении конфликтов.

Структура Я-высказывания. Перефразирующее резюме. Основные формы дифференцирования: конкретизация; абстрагирование; конфронтация.

### 4.2. Искусство критики

Технологии эффективного общения и рационального поведения в конфликте. Виды критических замечаний. Мотивы конструктивной и деструктивной критики.

Сравнительный анализ возможностей использования различных форм критики.

## **Тема 5. Деловая коммуникация: организационный аспект**

### **5.1. Коммуникация в системе управления**

Специфические характеристики деловой коммуникации. Виды внутриорганизационных коммуникаций. Функции нисходящих коммуникаций. Факторы, снижающие эффективность нисходящих коммуникаций.

Трудности в осуществлении восходящих коммуникаций. Меры по созданию системы восходящей коммуникации.

Функции горизонтальных коммуникаций. Концепция коммуникационного мостика (А. Файоль).

Виды коммуникационных сетей в организации: формальные - неформальные, централизованные - децентрализованные.

### **5.2. Деловые совещания**

Деловое совещание как форма деловой коммуникации. Цели делового совещания.

Этапы подготовки совещания. Виды совещаний.

Технология подготовки совещания. Проведение совещания. Контроль за выполнением решений совещания.

### **5.3. Деловая беседа**

Деловая беседа – самая распространенная форма делового общения. Этапы подготовки к деловой беседе: обоснование делового предложения; получение информации о собеседнике; формирование позитивного отношения к собеседнику; подготовка материалов и документов; планирование результатов деловой беседы.

Вы-подход в проведении деловой беседы.

### **5.4. Общение по телефону**

Критерии эффективного делового разговора по телефону. Последовательность действий разговора по телефону (правило «Семь П»): приветствие; представление; причина: объяснение цели звонка; проблема: обсуждение вопроса; подведение итогов обсуждения; признательность, выражение благодарности; прощание.

### **5.5. Переговорная коммуникация**

Специфика переговоров как формы делового общения. Модель переговорной коммуникации Л. Белланже. Фазы и этапы переговоров.

Коммуникативные приемы достижения переговорной цели.

Навыки аргументации собственной позиции. Общие правила конструктивной аргументации (Сидоренко Е.В.).

## **Тема 6. Практические навыки деловой коммуникации**

### **6.1. Умение слушать и задавать вопросы**

Требования к содержанию и форме вопросов. Виды вопросов: открытые – закрытые, прямые – непрямые, уточняющие, предписывающие. Возможности и ограничения в применении различных вопросов.

Использование приемов выяснения, перефразирования, резюмирования для точного понимания собеседника.

### **6.2. Техники короткого разговора**

Короткий (малый) разговор как особый вид межличностной коммуникации. Функции короткого разговора. Стратегия и правила короткого разговора.

Техники короткого разговора: цитирование партнера, позитивные констатации, информирование, интересный рассказ. Типичные ошибки короткого разговора.

### **6.3. Публичное выступление: приемы убеждающей коммуникации**

Составляющие убеждающей коммуникации: коммуникатор, сообщение, канал передачи информации, аудитория.

Факторы убедительности коммуникатора: компетентность, надежность, привлекательность.

Сообщение: сочетание рациональных и эмоциональных аргументов; эффект хорошего



настроения; эффект активации страха; степень расхождения мнений; двусторонняя аргументация; эффект первичности.

Факторы, определяющие эффективность канала информации.

Аудитория: возраст и ведущие потребности.

#### 6.4. Международная коммуникация

Культурная обусловленность правил коммуникации. Факторы, нарушающие межкультурную коммуникацию: проксемические закономерности, отношение к критике, дистанция власти, выражение эмоций.

##### 6.1. Умение слушать и задавать вопросы

Требования к содержанию и форме вопросов. Виды вопросов: открытые – закрытые, прямые – непрямые, уточняющие, предписывающие. Возможности и ограничения в применении различных вопросов.

Использование приемов выяснения, перефразирования, резюмирования для точного понимания собеседника.

##### 6.2. Техники короткого разговора

Короткий (малый) разговор как особый вид межличностной коммуникации. Функции короткого разговора. Стратегия и правила короткого разговора.

Техники короткого разговора: цитирование партнера, позитивные констатации, информирование, интересный рассказ. Типичные ошибки короткого разговора.

### **Перечень тем практических занятий для студентов очной формы обучения**

1. Основные подходы к исследованию коммуникации
2. Семантика невербальной коммуникации
3. Способы преодоления коммуникативных барьеров
4. Причины возникновения коммуникативных конфликтов
5. Искусство критики
6. Деловая беседа
7. Общение по телефону
8. Переговорная коммуникация
9. Умение слушать и задавать вопросы
10. Техники короткого разговора
11. Публичное выступление: приемы убеждающей коммуникации
12. Международная коммуникация

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.**

##### **4.1.1. В ходе реализации дисциплины (индекс, наименование) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

при проведении занятий лекционного типа: нет

при проведении занятий семинарского типа: опрос, диспут, практические задания

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: домашние задания, самостоятельное изучение тем, опрос

#### 4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

##### Ситуационные задачи

Направлены на оценку понимания закономерностей процесса коммуникации и умения использовать коммуникативные умения и навыки для решения профессиональных задач.

Ситуационная задача включает в себя следующие элементы:

- а) описание практически значимой ситуации,
- б) вопрос для работы с задачей.

Подготовка публичного выступления на заданную тему для определенной аудитории

Это задание направлено на оценку понимания факторов, обеспечивающих эффективное воздействие на аудиторию и сформированность коммуникативных умений, необходимых для успешного публичного выступления.

Задание включает в себя:

- 1) формулировку темы публичного выступления;
- 2) описание аудитории.

##### Примерные темы практических работ

1. Основные направления исследования коммуникации.
2. Семантика невербальной коммуникации.
3. Коммуникативные барьеры в общении и способы преодоления.
4. Коммуникативные конфликты: причины возникновения и способы предотвращения.
5. Технологии эффективной критики.
6. Коммуникация в системе управления.
7. Деловое совещание как форма деловой коммуникации..
8. Эффективное деловое общение по телефону.
9. Переговоры как формы деловой коммуникации.
10. Составляющие убеждающей коммуникации.

##### Примерные вопросы для контроля и самоконтроля

1. Какие процессы в структуре общения описывает коммуникативная сторона общения?
2. В чем отличие коммуникации в общении от процесса передачи информации?
3. Можно ли выделить функции коммуникации, которые выполняет любое сообщение?
4. В вагоне метро сидит пассажир с закрытыми глазами. Можно ли рассматривать его поведение как коммуникацию?
5. Какие аспекты сообщения выделяет Ф. Шульц фон Тун?
6. Перечислите критерии понятности сообщения.
7. Повышенная чувствительность к какому аспекту сообщения делает поведение человека наиболее конфликтным?
8. Перечислите условия эффективной коммуникации.
9. Почему абсолютное совпадение кодов между участниками коммуникации невозможно? Какой психологический механизм позволяет улучшить понимание собеседника?
10. Какие техники обратной связи вы знаете? Какие из этих техник, на ваш взгляд, являются наиболее востребованными в ситуациях деловой коммуникации?
11. Перечислите особенности знаков, используемых людьми в процессе коммуникации (в отличие от знаков, используемых животными).
12. Назовите основные знаковые системы невербальной коммуникации.
13. С помощью средств какой знаковой системы передается наибольшее количество информации о собеседнике?
14. Какую информацию передают мимические движения?
15. Как интерпретируется открытое и близкое расположение по отношению к

- собеседнику?
16. На какую часть лица собеседника следует направлять взгляд для создания атмосферы делового общения?
  17. Что, по мнению Б.Ф.Поршнева, является основной причиной функционирования коммуникативных барьеров в процессе коммуникации?
  18. Какие виды коммуникативных барьеров выделяет Б.Ф.Поршнев?
  19. Каковы причины возникновения избегания в процессе коммуникации? В каких формах проявляется избегание?
  20. Какова основная причина возникновения барьера «авторитет»? Каковы его проявления?
  21. Каковы причины возникновения непонимания в процессе коммуникации? Какие уровни непонимания обычно рассматривают?
  22. Перечислите причины возникновения непонимания для каждого уровня.
  23. На какие группы можно разделить приемы, используемые для преодоления избегания в процессе коммуникации? Перечислите приемы, относящиеся к каждой группе.
  24. Почему мы не понимаем слишком медленную речь, когда говорящий делает большие паузы между словами?
  25. С представителями каких возрастных групп нужно говорить медленнее?
  26. Опишите, как бы вы использовали правило рамки для структурирования информации во время делового совещания.
  27. Перечислите виды цепей, используемых для структурирования информации.
  28. Какие функции выполняют «рамки» и «цепи» в процессе коммуникации?
  29. Почему для незаинтересованной аудитории используется нисходящая аргументация?
  30. Для какой аудитории эффективно использовать двустороннюю аргументацию?
  31. В чем преимущества и недостатки таких стратегий реагирования в конфликте, как конфронтация и уход?
  32. Почему Я-высказывание считается оптимальной формой реагирования в конфликте?
  33. Из каких структурных частей состоит Я-высказывание?
  34. Что означает «объективное» описание ситуации?
  35. Почему нежелательно формулировать предпочитаемый исход конкретно и однозначно?
  36. В чем заключается основная цель Я-высказывания?
  37. С какой целью используется критика в деловом общении?
  38. Какие виды критики вы знаете? Охарактеризуйте каждый из них.
  39. Как вы понимаете правило «Критикуйте не личность, а поступок». Приведите пример критики в адрес личности. Почему такая критика считается неэффективной?
  40. Перечислите основные этапы формулировки критического замечания.
  41. По каким невербальным признакам можно определить, что человек адекватно реагирует на критику?
  42. Какие невербальные признаки свидетельствуют об обиде критикуемого?
  43. Какие невербальные признаки можно считать проявлениями агрессии в ответ на критику?
  44. Перечислите характерные особенности деловой коммуникации как отдельного вида коммуникации.
  45. В каких формах осуществляются коммуникации между организацией и внешней средой?
  46. Какие виды внутриорганизационного взаимодействия осуществляются посредством коммуникации?
  47. Перечислите пять основных целей нисходящих коммуникаций (Д.Кац и Р.Кан). На достижение каких целей направлены нисходящие коммуникации в большинстве организаций?
  48. Перечислите психологические факторы, снижающие эффективность нисходящих

- коммуникаций.
49. Какие организационные меры необходимо осуществить для создания работающей системы восходящей коммуникации?
  50. Какие функции выполняют горизонтальные коммуникации в организации?
  51. В чем заключается суть концепции коммуникационного мостика Анри Файоля?
  52. Перечислите основные различия между формальными и неформальными коммуникационными сетями в организации.
  53. Каковы наиболее эффективные способы управления слухами в организации?
  54. В чем заключаются преимущества и недостатки централизованных коммуникационных сетей?
  55. Для решения каких задач более эффективными являются децентрализованные сети?
  56. Должен ли руководитель организации присутствовать на всех деловых совещаниях? Аргументируйте свой ответ.
  57. Перечислите критерии, которым должна соответствовать цель совещания.
  58. Какую информацию необходимо включить в повестку дня?
  59. Какова оптимальная продолжительность совещания?
  60. Каковы функции руководителя в основной части совещания?
  61. Каким может быть максимальное число участников рабочего совещания?
  62. Перечислите основные этапы подготовки деловой беседы.
  63. Как может повлиять на ход беседы ваше негативное отношение к собеседнику?
  64. Какова оптимальная продолжительность делового разговора по телефону?
  65. Перечислите основные этапы делового разговора по телефону.
  66. Нужно ли благодарить собеседника, если договоренность не была достигнута? Если да, то с какой целью это делается?
  67. Кто должен перезванивать, если во время разговора произошло разъединение: звонивший или отвечавший?
  68. Перечислите основные признаки переговоров, отличающие переговоры от других форм социального взаимодействия.
  69. Перечислите фазы и этапы коммуникации, выделенные Л. Белланже в его модели переговорной коммуникации.
  70. Какие приемы могут быть использованы для создания позитивного впечатления партнеров друг о друге и формирования позитивных ожиданий относительно переговоров?
  71. Какое пространственное расположение участников переговоров будет способствовать эффективному достижению соглашения?
  72. На каком этапе и с какой целью используются уточняющие вопросы в процессе переговорной коммуникации?
  73. Для чего нужно задавать перефразирующие и резюмирующие вопросы?
  74. Что, кроме фамилии, имени и отчества принято называть в соответствии с деловым этикетом, представляя человека?
  75. Кого кому принято представлять: старшего – младшему или младшего – старшему; женщину – мужчине или мужчину – женщине?
  76. Кто первым протягивает руку для рукопожатия: женщина – мужчине-руководителю или наоборот?
  77. Какую фразу вы используете, чтобы представиться своим новым коллегам?
  78. Перечислите виды вопросов, которые используются в процессе коммуникации.
  79. В чем преимущества открытых вопросов?
  80. Каковы ограничения открытых вопросов?
  81. Назовите основные правила формулировки открытых вопросов.
  82. Какую функцию выполняет короткий разговор в деловом общении?
  83. Перечислите характерные особенности короткого разговора.
  84. Какие темы (вопросы) являются нежелательными при ведении короткого разговора?

85. Перечислите основные техники короткого разговора.
86. Какие ошибки являются типичными при ведении короткого разговора?
87. Перечислите слагаемые убеждения, выделенные Дэвидом Майерсом.
88. С помощью каких психологических приемов можно повысить воспринимаемую компетентность (кредитность) коммуникатора?
89. При передаче каких сообщений коммуникатору следует использовать фактор подобия аудитории?
90. Какая аудитория в большей степени подвержена эмоциональному, а не рациональному воздействию?
91. При каких условиях коммуникатор может рассчитывать на то, чтобы кардинально изменить точку зрения аудитории?
92. Для какой аудитории более эффективной будет двусторонняя (а не односторонняя) аргументация?
93. В какой части сообщения нужно расположить информацию, которая должна сохраниться в памяти слушателей через определенное время?
94. Аудитория должна принять решение сразу после окончания вашего выступления. Какая информация в большей степени повлияет на принятие решения: сказанная в начале или в конце выступления?
95. Какой канал передачи информации будет более эффективным для передачи легкого для понимания сообщения: листовки, радио, телевидение?
96. В каком возрасте формируются социальные установки, которые сохраняются неизменными в дальнейшем и определяют отношение человека ко многим важным вопросам?

## 4.2. Промежуточная аттестация

### 4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 13	Овладение способами и приёмами, необходимые для умений осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия.	1 этап (код этапа ПК - 13.1)	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий.
ПК-16	Способность к реализации одного из звеньев рекламной кампании — производство и распространение рекламной продукции.	2 этап (код этапа ПК - 16.2)	Способность самостоятельно искать, извлекать, систематизировать, анализировать и отбирать необходимую для решения профессиональных задач информацию, организовывать,

			преобразовывать, сохранять и передавать её с целью осуществления всех этапов рекламной продукции.
--	--	--	---

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
1 этап (код этапа ПК - 13.1)	Способен анализировать процессы деятельности организации	Студент в состоянии описать конкретные приемы мероприятий Студент понимает процессы, которые проходят в организации
2 этап (код этапа ПК - 16.2)	Способен отбирать и изучать нужную информацию Составляет план создания рекламной продукции	Студент использует различную информацию для создания рекламной продукции Описывает этапы и алгоритм создания рекламной продукции

#### 4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы

#### 4.2.3. Типовые оценочные средства

**Примерные вопросы для зачета:**

- 1.
1. Понятие и функции коммуникации.
2. Схема коммуникативного процесса.
3. Условия успешной коммуникации.
4. Общая характеристика невербальных средств, относящихся к оптико-кинетической знаковой системе.
5. Пара- и экстралингвистические средства коммуникации.
6. Проксемические закономерности общения.
7. Контакт глаз в процессе коммуникации.
8. Модель коммуникации Шульца фон Туна.
9. Виды коммуникативных барьеров и их общая характеристика.
10. Способы преодоления коммуникативных барьеров.
11. Причины возникновения коммуникативных конфликтов.
12. Структура и функции Я-высказывания.
13. Технологии эффективной критики.
14. Виды внутриорганизационных коммуникаций и их характеристика.
15. Виды коммуникационных сетей в организации.
16. Технология подготовки совещания.
17. Проведение совещания.
18. Этапы подготовки к деловой беседе.
19. Последовательность действий разговора по телефону (правило «Семь П»).
20. Фазы и этапы переговоров.
21. Возможности и ограничения в применении различных видов вопросов.
22. Составляющие убеждающей коммуникации: коммуникатор.
23. Составляющие убеждающей коммуникации: сообщение.
24. Составляющие убеждающей коммуникации: канал передачи информации.

25. Составляющие убеждающей коммуникации: аудитория.

### **Шкала оценивания.**

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

### **4.3. Методические материалы**

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

[http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya\\_ooo/Metod\\_Disciplin\\_2015.pdf](http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf)

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

([http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie\\_o\\_tekushem\\_kontrole\\_31\\_07\\_2015.pdf](http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf))

### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

<b>студента по видам учебных занятий</b>	
<b>Вид учебных занятий</b>	<b>Организация деятельности студента</b>
Практические занятия	<p>На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p>
Эссе	<p>Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы.</p> <p>В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана студентом как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена студентом, исходя из его желания и научного интереса.</p> <p>Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов.</p> <p>Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.</p>
Групповая дискуссия, диспут	<p>Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые</p>



	<p>позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>
--	---

## **Подготовка индивидуальных докладов и выполнение презентаций по темам курса**

### **Критерии оценивания доклада и презентации:**

**Доклад** – один из видов монологической речи, публичное развёрнутое официальное сообщение по определённом вопросу, основанное на привлечении документальных данных. Может быть устным или письменным. **В учебных целях:** доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

**Этапы работы над докладом.** Подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата рекомендуется использовать не менее 8 - 10 источников). Составление библиографии. Обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений. Разработка плана доклада. Написание. Публичное выступление с результатами исследования. В докладе соединяются три качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы.

Отличительными чертами доклада является научный, академический стиль изложения, логичность, последовательность, ясность, точность, аргументированность.

Доклад предполагает чёткое определение темы, связанной с научной проблемой. Преподаватель оценивает, насколько подготовленное студентом выступление отвечает заявленной им теме. Текст доклада должен иметь стройную композицию, должен быть хорошо структурирован, для чего студент должен уметь строить выступление по заранее определённом плану. Оценивается свободное владение текстом, умение строить устное высказывание, а не зачитывать текст по листу. Допускается только чтение цитат из научных источников или примеров. Студент должен выделить в своём выступлении основные положения, которые надо сформулировать в виде тезисов и продиктовать коллегам. Отдельно оценивается не только содержание доклада, но и форма его подачи: умение устанавливать контакт с аудиторией, умение улавливать реакцию слушателей, получать обратную связь, отвечать на возникающие вопросы. Доклад предполагает жёсткий хронометраж (по предварительной договорённости с преподавателем - до 10 минут). Необходимо обязательно уложиться в установленное время, успев сделать вывод (заключение). Материал может требовать дополнительных иллюстраций: схем, таблиц, небольших рисунков, которые можно разместить в презентации.

**Презентация** позволяет иллюстрировать основные положения доклада и делать приведённые в выступлении примеры наглядными. Она не должна полностью воспроизводить текст выступления. По правилам, информация, приведённая устно, не должна полностью копироваться на слайдах.

Выделяют множество разнообразных видов презентаций. Основными являются: конспект выступления; таблица; схемы и графики; тестирование; слайд-шоу; модульный доклад; и т.п.

Иллюстративный материал должен быть достаточным, но не чрезмерным, и не иметь развлекательный, игровой характер. Анимированный рисунок в качестве украшения отвлекает внимание

Практические рекомендации при подготовке презентации:

1. Используйте не более 2 типов шрифтов.
  2. Оптимальное количество строк не более 7.
  3. Количество символов в строке не более 40 (в том числе пробелы).
  4. Использование заглавных и строчных букв облегчает чтение и распознавание слов. Использование цвета, больших букв, усиление жирности, курсивный шрифт помогают выделить главное.
  5. Лучше читается шрифт без засечек (например, Arial). Оптимальные шрифты (заголовки – 24-32; подзаголовки – 2-24; основной текст – 18-24; подписи данных – 20-2)
  6. Старайтесь использовать простые, короткие предложения: чем лаконичнее текст, тем выше концентрация внимания на ключевых словах).
- Презентация не должна требовать подключения к Internet и выполнять сторонние приложения (например, анимационные ролики, которые требуют установки кодеков и др.).

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### 6.1. Основная литература.

Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.В. Минаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 287 с. — 978-5-7567-0585-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8971.html>

Голуб О.Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 338 с. — 978-5-394-01262-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/644.html>

Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.Н. Персикова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Логос, 2008. — 224 с. — 978-5-98704-127-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9094.html>

Емельянова Е.А. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Емельянова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2014. — 122 с. — 978-5-4332-0185-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72086.html>

Курганская М.Я. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : курс лекций / М.Я. Курганская. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2013. — 121 с. — 978-5-98079-935-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22455.html>

Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / . — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2013. — 92 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47297.html>

Немец Г.Н. Коммуникативные основы деловой культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.Н. Немец, Г.И. Немец. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2009. — 107 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9592.html>

Титова Л.Г. Технологии делового общения [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Г. Титова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 239 с. — 978-5-238-01347-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15478.html>

### 6.2. Дополнительная литература.

Непряхин Н.Ю. Гни свою линию. Приемы эффективной коммуникации [Электронный

ресурс] / Н.Ю. Непряхин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, Альпина Бизнес Букс, 2015. — 137 с. — 978-5-9614-0623-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36475.html>

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация [Электронный ресурс] / С.Г. Тер-Минасова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2008. — 368 с. — 978-5-211-05472-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13162.html>

Семенова М.А. Этикет делового общения [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие для студентов 3 курсов очного и заочного отделений всех специальностей по дисциплине «Основы делового общения» / М.А. Семенова. — Электрон. текстовые данные. — Астрахань: Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2009. — 106 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17075.html>

Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.Н. Персикова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Логос, 2008. — 224 с. — 978-5-98704-127-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9094.html>

#### 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Семенова М.А. Этикет делового общения [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие для студентов 3 курсов очного и заочного отделений всех специальностей по дисциплине «Основы делового общения» / М.А. Семенова. — Электрон. текстовые данные. — Астрахань: Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2009. — 106 с. — 2227-83 Есбулатова Р.М. Путь к успеху [Электронный ресурс] : практикум по языку делового общения / Р.М. Есбулатова, К.С. Якубаева. — Электрон. текстовые данные. — Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2011. — 103 с. — 9965-29-601-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57582.html>

Немец Г.Н. Бизнес-коммуникации. Практикум. Тесты [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.Н. Немец. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008. — 89 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9774.html>

#### 6.4. Нормативные правовые документы.

#### 6.5. Интернет-ресурсы.

<http://www.iprbookshop.ru>

#### 6.6. Иные источники.

### **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).



