

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

ФТД.В. 04 Деловые 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:

Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры политических и общественных коммуникаций Глазкова Е.А.

) (подпись) (Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	7
4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.....	7
4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.....	8
4.4. Методические материалы.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	9
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	9
6.1. Основная литература.....	9
6.2. Дополнительная литература.....	10
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	11
6.4. Нормативные правовые документы.....	11
6.5. Интернет-ресурсы.....	11
6.6. Иные источники.....	11
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	12

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина ФТД4 «Деловые коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК -7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	1 этап (код этапа ПК -7.1)	Способность планирования коммуникационных кампаний и мероприятий

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

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
определение порядка реализации коммуникационной стратегии; выбор методологии и инструментов.	1 этап (код этапа ПК -7.1)	на уровне знаний: - основные профессиональные понятия; основные понятия коммуникации; - основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, методы проведения PR-кампании, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий; - организационные, правовые, этические и экономические принципы подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. • сформировать представление о сути и принципах различных типов коммуникации; • сформировать представление о психологическом подходе к массовой коммуникации;
		на уровне умений: - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; - анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий.
		на уровне навыков: - навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. - навыками и приемами проведения коммуникационных мероприятий. - навыками проведения стандартной PR- и рекламной кампании. • сформировать навык использования специальной терминологии в области

		психологии массовых коммуникаций; • выработать навыки анализа массовой коммуникации с применением психологических приёмов и методов.
--	--	---

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина ФТД.В.04 «Деловые коммуникации» рассчитана на 2 ЗЕТ (72 ч.), в Учебном плане запланирована на 7,8 семестр 4-го курса обучения.

Дисциплина опирается на знания, полученные студентами в ходе изучения таких дисциплин:

- «Основы лингвистики»
- «Письмо и мышление»
- «Основы теории коммуникации»
- «Основы редактирования»

Все перечисленные дисциплины связаны с организацией коммуникации или с изучением единиц, которые могут быть использованы в процессе вербального общения. Полученные навыки и умения на занятиях по курсу «Деловые коммуникации» актуализируются и углубляются. В ходе изучения дисциплины студенты должны опираться на имеющиеся знания в области межличностной, групповой, межкультурной коммуникации, представления о вербальной и невербальной коммуникации и специфике, связанной с национальной картиной мира собеседников. При подготовке текстов документов студенты должны использовать знания и навыки из области редактирования, уметь анализировать тексты с точки зрения композиции, структуры, содержания и оформления.

На контактную работу с преподавателем запланировано в УП 28 часов (предусмотрены практические занятия). На самостоятельную работу учащихся отводится 44 часа.

Формой аттестации по курсу является зачёт, запланированный по окончании 8 семестра.

3. 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	Коммуникативные компетенции специалиста в области рекламы и связей с общественностью	15			6		9	О

№ 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 2	Этика деловых отношений	14			6		10	О
Тема 3	Психологические особенности взаимодействия коммуникантов	20			5		10	К
Тема 4	Формы устной деловой коммуникации	14			6		10	К
Тема	Формы письменной деловой коммуникации	9			5		5	КР
Промежуточная аттестация								зачёт
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) и др.

Содержание дисциплины

Тема 1. Коммуникативные компетенции специалиста в области рекламы и связей с общественностью

Общение, его сущность, структура, виды и функции. Вербальная и невербальная межличностная коммуникация. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления.

Особенности организации в рамках деятельности рекламных и PR-служб.

Коммуникативные компетенции сотрудника (руководителя, рядового сотрудника).

Тема 2. Этика деловых отношений

Специфика делового общения. Цели и функции делового общения. Специфика и основные задачи деловой коммуникации. Этический контекст человеческого общения. Моральные категории, принципы и нормы профессиональной этики. Противоречия между этикой и бизнесом, болевые точки российского предпринимательства. Профессиональные и корпоративные этические кодексы. Характеристики делового общения: предметно-целевое содержание коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия, взаимозависимость участников деловой коммуникации, коммуникативный контроль, формальные, конвенциональные, эмоциональные и ситуативные ограничения. Влияние организационной структуры предприятия на характер деловых отношений. Основные принципы делового общения «сверху-вниз», «по горизонтали».

Тема 3. Психологические особенности взаимодействия коммуникантов

Проблема совместимости и сработанности в группе. Стили взаимодействия партнеров в деловой коммуникации: продуктивный, подавляющий, дистанционный, прагматический, популистский, дружеский и т. д. Восприятие как первый этап деловой коммуникации. Атрибуции (приписывание) как источник ошибок при восприятии. Взаимопонимание как основа и цель делового общения. Уровни понимания. Механизмы взаимопонимания в общении (идентификация, эмпатия, рефлексия). Способы влияния на партнера в процессе общения. Манипуляции и защита от них в деловом взаимодействии. Позиции в общении.

Тема 4. Формы устной деловой коммуникации

Вербальное общение (речь) как универсальная знаковая система человеческой коммуникации. Кодификация и декодификация информации в процессе делового общения. Диалог как форма речевого общения. Условия эффективного речевого воздействия. Риторические приемы «убеждающей коммуникации». Функциональные стили речи. Законы публичного выступления. Сознательное и бессознательное в невербальном поведении. Проблема интерпретации невербальной информации. Виды устных форм делового взаимодействия. Деловая беседа как специально организованный предметный разговор. Классификация деловых бесед. Технология кадровых бесед. Собеседование при приеме на работу. Беседа при увольнении с работы. Проблемные или дисциплинарные беседы. Технология телефонных бесед. Деловое совещание: подготовка и проведение. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение. Презентация, ее смысл и назначение. Деловая полемика, правила ее проведения. Культура делового спора. Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение.

Тема 5. Формы письменной деловой коммуникации

Особенности официально-деловой речи. Язык служебных документов. Приказ, Протокол, Решение, Договор. Организационно-распределительная документация: резюме, заявление, анкета, докладная и объяснительная записка, таблица, сплошной связный текст. Деловые письма: соглашения, запросы, сопроводительные письма, письма-регламентивы (Поздравления, Извинения, Соболезнования, письма-ответы с благодарностью). Служебные записки для внутренней коммуникации: Распоряжения, Благодарности, Напоминания, Просьбы, Проведение мероприятий. Правила оформления деловых посланий.

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины ФТД5 «Деловые коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий семинарского типа: опрос, коллоквиум, контрольная работа.

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачёта.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Примеры заданий:

1. Деловая игра «Тактики деловых переговоров».
2. Выполните письменный анализ разных видов писем: деловое и личное. Объясните, как используется словосочетание «академическое письмо».

3. Определите, в чём сходство и различия русской и зарубежной деловой переписки.
4. Самостоятельно составьте информационное письмо о деятельности некой организации.
5. Самостоятельно составьте письмо-оферту.
6. Самостоятельно составьте запрос, обратившись к своему одногруппнику, обменяйтесь с ним «запросами», ответьте на полученный запрос.
7. Самостоятельно составьте письмо-приглашение и письмо-благодарность.
8. Отредактируйте документ.
9. Рассортируйте предложенную документацию.
10. Составьте убеждающее письмо руководителю организации о необходимости увеличить финансовые затраты на содержание вашего отдела.
11. Предложите проблемную тему для организации дискуссии по курсу «Деловые коммуникации».

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

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 компетенций
ПК -7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	1 этап (код этапа ПК - 7.1)	Способность планирования коммуникационных кампаний и мероприятий

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
1 этап (код этапа ПК -7.1)	Способен разрабатывать коммуникационные кампании и мероприятия Разрабатывает коммуникационные кампании и мероприятия	Использует разнообразные методы создания коммуникационных кампаний Применяет навыки организации мероприятий

Вопросы к зачёту:

1. Общее понятие о коммуникативном процессе.
2. Цели и функции общения. Принципы, правила и нормы делового общения.
3. Специфика и основные задачи деловой коммуникации.
4. Коммуникативные барьеры и пути их преодоления.
5. Роли собеседников в процессе деловых коммуникаций.
6. Этические аспекты деловой коммуникации.
7. Профессиональные и корпоративные этические кодексы.
8. Психологические особенности деловой коммуникации.
9. Индивидуальная беседа: цель, классификация и основные фазы ее деловой части.
10. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение.

11. Деловая полемика, правила ее проведения.
12. Культура делового спора.
13. Правила телефонных разговоров.
14. Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение.
15. Правила публичного выступления.
16. Вербальные и невербальные особенности делового общения.
17. Понятие о жанре и системе жанров в разных сферах общественной деятельности.
18. Понятие о документе. Типы и функции документов.
19. Краткая история делового письма в России.
20. Сходство и различия русской и зарубежной деловой переписки.
21. Личное и деловое письмо. особенности делового письма.
22. Реквизиты делового письма.
23. Электронное письмо. Правила электронной деловой переписки.
24. Понятие о деловых и информационных письмах. Виды писем.
25. Особенности языка и стиля деловой переписки.
26. Оферта как вид делового письма.
27. Письмо-просьба и письмо –запрос.
28. Письмо-ответ, лингвистический и этический аспекты.
29. Письмо-благодарность как вид «полуофициального» письма.
30. Письмо-приглашение как вид «полуофициального» письма.
31. Виды деловых служебных записок.
32. Национальные особенности деловых контактов.

Шкала оценивания.

Используется 100 балльная оценочная шкала:

Контрольная работа (выполняется студентами в домашних условиях) – 15 баллов;

Зачёт – 15 баллов;

Работа на практических занятиях – 70 баллов (в зависимости от степени активности в процессе занятия студент получает до 10 баллов, из которых 5 баллов – максимум за выполненное домашнее задание и 5 баллов – за работу на занятии, ответы на вопросы, участие в дискуссии, высказывание собственного мнения, сообщение по самостоятельно найденным дополнительным источникам).

4.4. Методические материалы

Примеры вопросов текущего контроля в конце занятия:

1. Как ваш собственный опыт соотносится с тем, что вы узнали на занятии?
2. Какие вопросы, идеи, понятия остались неясными (непонятными) к концу занятия?
3. Что важного вы узнали на занятии? Как то, что мы изучили на занятии, связано с другими изучаемыми вами дисциплинами?

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При подготовке к практическим занятиям рекомендуется использовать как основную, так и дополнительную литературу, интернет-источники, а также те сведения, тот опыт, который был получен студентами в ходе прохождения практики в различных рекламных и PR-структурах. Студент должен ориентироваться в потоке информации самостоятельно выбирать те параграфы рекомендованных пособий, которые относятся к объявленной на практическое занятие теме.

Для эффективной организации занятия вопросы могут быть расширены, в связи с чем рекомендуется поиск информации по темам:

1. Философское осмысление проблем общения.
2. Этический контекст человеческого общения.
3. Виды дискурсов человеческого общения.
4. Конкретные примеры этических кодексов российских и зарубежных сотрудников изучаемой сферы профессиональной деятельности.
5. Виды коммуникативных барьеров, конкретные приёмы их разрушения и предотвращения.
6. Защита от манипуляции в ходе делового общения.
7. Сознательное и бессознательное в невербальном поведении человека.
8. Работа над имиджем как залог эффективного делового общения.
9. Деловое общение на новых площадках (например, в социальных сетях).
10. Способы создания благоприятного психологического климата во время деловых переговоров.
11. Виды служебной документации организации.
12. Конфликты в деловых коммуникациях, их причины, виды и способы устранения.
13. Представление о визитных карточках, деловых подарках, протокольных мероприятий в деловых коммуникациях.
14. Механизмы взаимопонимания в общении (идентификация, эмпатия, рефлексия).

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

6.1. Основная литература.

Таблица 2.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Гарнер Б.	Эффективные письменные деловые коммуникации	Издательство "Манн, Иванов и Фербер"	2014		https://e.lanbook.com/book/62355#book_name
2	Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю.	Деловые коммуникации	Кнорус	2016		
3	Пуринова Г.К.	Деловые коммуникации	Институт электронного обучения Санкт-Петербурга	2009	Электронное издание	https://e.lanbook.com/book/63806#authors

			кого университет а технологий управления и экономики			
--	--	--	--	--	--	--

6.2.Дополнительная литература.

Таблица 3.

№ п/ п	Ф. инициал ы автора	Название издания	Издательст во	Год издан ия	Наличие в библиоте ке РАНХиГ С	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Шарков Ф.И.	Коммуниколо гия. Основы теории коммуникации	Дашков и К	2014	+	http://www.iprbookshop.ru/4438
2	Афанасьев Е.А.	Психология общения. Часть 1	Вузовское образован ие	2014	+	http://www.iprbookshop.ru/19277.html
3	Афанасьев Е.А.	Психология общения. Часть 2	Вузовское образован ие	2014	+	http://www.iprbookshop.ru/19278.html
	Карепина А.	101 совет по деловому письму.	Альпина Пабlishер	2013		
	Трофимо ва О.В., Купчик Е.В.	Основы делового письма.	Флинта. Наука	2012		

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

При выполнении самостоятельной работы студент должен самостоятельно отредактировать текст предложенного делового письма и написать деловое письмо, отвечающее требованиям описанного кейса.

6.4. Нормативные правовые документы.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. Малюга Е. Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса: <http://cyberleninka.ru/article/n/vzaimovliyanie-delovoy-kommunikatsii-i-mezhkulturnogo-delovogo-diskursa>.

2. Микова Светлана Станиславовна <http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/tj/index.php?id=293&p=11882>

3. Библиотека по разделу «деловая коммуникация»:
http://www.twirpx.com/library/business_books/business/communication/

6.6. Иные источники.

Оформление деловых писем подчиняется требованиям ГОСТа:

<http://www.gosthelp.ru/text/GOSTR6302003USDUnificirov.html>

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

Список учебно-лабораторного оборудования.

Проектор, экран, компьютер с программой Power Point, флип-чарты и листы к ним, фломастеры.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний слушателей.

Microsoft Power Point.