

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии коммуникации

Автор:

К.э.н., доцент, доцент кафедры государственного управления и публичной политики Синяева О.Ю.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.02 Журналистика

«Медиажурналистика» (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать способность использовать адекватные методы проектирования и управления проектами, в том числе способы организации эффективной работы проектной команды

План курса:

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов) |
|--------|--------------------------------------|--|
| Тема 1 | Деловые коммуникации: что это такое? | Общение, его виды. Общение личное и массовое. Так ли мы говорим, как пишем? Монолог и диалог. Общение «глаза в глаза» и на расстоянии. Вербальная и невербальная коммуникация. Символы и передаваемые смыслы. Постулаты делового общения (правила «хорошего тона»). Коммуникативный акт: как передаётся и принимается сообщение. Модель «коммуникативного квадрата». Что влияет на эффективность сообщения? |
| Тема 2 | Особенности воздействующего текста | Особенности воздействующего текста. Коммерческое предложение как универсальная модель воздействующего текста. Конкретизация предлагаемых продуктов или услуг. Сегментация аудитории, определение адресата коммерческого предложения. Алгоритм работы над коммерческим предложением. Проблема, возможность, провокация и имидж как четыре стимула процесса продаж. Коммерческое предложение и граничащие с ним жанры деловой переписки: партнерское предложение, спонсорское письмо и т. д. |
| Тема 3 | Деловая переписка | Деловая переписка Документ. Реквизит. Виды деловой переписки. Деловое письмо. Жанры деловых писем: письмо-запрос, сообщение негативной информации, отказ, извинение и др. Структура делового письма. Стилистика деловой переписки: формальный, корпоративный и личный стиль – критерии выбора. Требования к оформлению деловых писем. Этикетная составляющая любого делового письма. |
| Тема 4 | Техника спора | Техника спора. Доказательство. Тезис в доказательстве. Аргументы логические и психологические. Аргументы сильные и слабые. Виды аргументации. Вывод в аргументации. Критерии выбора аргументов. Уловки в споре. Полемика и дискуссия как два типа спора. Этапы |

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов) |
|--------|--|--|
| | | дискуссии. Модерирование дискуссии. Дебаты с оппонентами. Особенности дебатов с оппонентами как формы коммуникации. Участники дебатов. Ведущий дебатов. Тема дебатов. Подготовка к дебатам. Проведение дебатов. Правила участия в дебатах. Критика в дебатах. Принципы конструктивной критики. |
| Тема 5 | Переговоры как коммуникативный процесс | Проведение переговоров с партнерами Переговоры как коммуникативный процесс. Предмет переговоров. Подготовительный этап переговорного процесса. Информационно-аналитическая проработка основного содержания. Формулировка позиции. Прогноз и анализ возможных вариантов переговоров. Решение организационных вопросов. Место проведения. Состав делегации. Различные подходы к проведению переговоров. Позиционные переговоры. Принципиальные переговоры. Дискуссионный (коммуникативный) этап переговорного процесса. Представление сторон друг другу. Размещение участников переговоров. Изложение проблем и целей, уточнение позиций сторон. Дискуссия, обсуждение и согласование интересов. Система аргументов. Противостояние психологическому давлению со стороны партнера. Подведение итогов и принятие решений. Оценка эффективности переговоров. |
| Тема 6 | Выступление перед аудиторией | Выступление перед аудиторией Выступление перед аудиторией как коммуникативный процесс. Какими бывают публичные речи? «Строим» речь! С чего начать и чем закончить? «Закон края». Ошибки в построении речи. Модель текста выступления. Форматы выступлений в общественно-политической сфере. Характерные особенности политических речей. Выступление на деловом совещании. Регламент. Подготовка к выступлению. Обратная связь. Управление вниманием. Приёмы привлечения внимания. Активизация слушателей. |
| Тема 7 | Подготовка и проведение презентации | Подготовка и проведение презентации. Эффективная презентация. Определение цели презентации. Алгоритм процесса подготовки презентации. Анализ места проведения презентации. Структура презентации. Специфика визуального ряда презентации. Фокус, контраст и динамика как основные законы подготовки и проведения презентации. |
| Тема 8 | Общение со СМИ | Общение со СМИ Формирование медиасвязей. Некоторые правила взаимодействия с журналистами. Как написать и донести до журналиста пресс-релиз. Другие тексты для освещения проекта в прессе. Мероприятия для прессы. Особенности интервью различным СМИ. Корпоративные СМИ. |
| Тема 9 | Интернет как средство деловой коммуникации | Интернет как средство деловой коммуникации Организация корпоративных коммуникаций в сети Интернет. Корпоративный сайт: основные правила |

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов) |
|-------|--|--|
| | Организация корпоративных коммуникаций в сети Интернет | создания. Осознание проблемы. Цели и задачи сайта. Целевая аудитория. Структура и навигация. Визуальный ряд сайта. Выбор разработчиков сайта и составление технического задания. Наполнение сайта контентом. Пресс-центр на сайте. Новости на сайте, ньюз-релиз. Оценка результата. Корпоративный блог. Работа с социальной сетью. |

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

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

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Основная литература:

1. Кузнецов И. Н. Бизнес-риторика. М., ИТК «Дашков и К», 2015.

<http://www.iprbookshop.ru/10908.html>