

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Современные методы продвижения продуктов»

Дисциплина «Современные методы продвижения продуктов» является частью программы бакалавриата «Экономика (общий профиль, СУОС)» по направлению «38.03.01 Экономика».

Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование базовых знаний в сфере техники презентаций и самопрезентаций, включая психологические аспекты личности. Задачи: • Формирование системы знаний в области межличностных отношений; • Формирование умения конструирования и трансляции коммуникационных сообщений, способов коррекции их содержания, способов интерпретации и оценки реакций реципиентов на коммуникационное сообщение; Формирование навыков общения, эффективной коммуникации и использования современных технических средств для решения коммуникативных задач..

Изучаемые объекты дисциплины

Информационные потоки и коммуникации в сфере межличностных отношений..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	18	18
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет	9	9
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Раздел 2. Стратегии и техники презентации и аргументации	9	0	16	45
<p>Тема 3. Техника слушания, постановки вопросов, речевых конструкций и сигналов тела.</p> <p>Слушание как инструмент грамотного ведения беседы. Виды слушания, техники активного слушания. Умение спрашивать. Техники постановки вопросов. Вопросы как инструмент управления собеседником. Вопросы как средство перехвата инициативы. Вопросы как средство смещения акцентов в беседе. Эффективная обратная связь как способ удержания и ведения собеседника. Использование речевых конструкций. Способы усиления содержания речи. Сигналы тела.</p> <p>Тема 4. Методика поведенческих стратегий и реакций, стратегии и техники презентации и аргументаций.</p> <p>Семь техник презентаций и аргументаций, которые научат убеждать клиента. Умение убеждать. Аргументация. Типы аргументов. Методы расширения диапазона поведенческих стратегий и реакций. Выбор максимально эффективной стратегии поведения. Определение основных направлений мотивации партнера по содержанию речи. Стратегии и техники самопрезентации. Феномен самопрезентации: исследования Эрвинга Гоффмана. Стратегии и техники самопрезентации И. Джонса и Т. Питтмана. Техники управления впечатлением Роберта Чалдини. Техники самоподачи по Г. В. Бороздиной; основные принципы имиджирования.</p>				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Раздел 1. Элементы и этапы коммуникационного процесса	9	0	16	45
<p>Тема 1. Сущность и характеристика коммуникаций. Элементы коммуникационного процесса и барьеров коммуникации. Происхождение коммуникативной деятельности. Модели коммуникации и коммуникативного акта. Типология коммуникации. Формы коммуникации. Функции коммуникации. Семиотика коммуникации. Межличностная коммуникация. Психометрическая диагностика деловых качеств партнера: «Квадрат», «Круг», «Треугольник», «Зигзаг», «Прямоугольник». Групповая и массовая коммуникация. Раскрытие значения коммуникаций в межличностных отношениях. Ознакомление с природой коммуникационного процесса основными элементами. Выявление препятствий, стоящих на пути коммуникаций, и способы их преодоления. Барьеры коммуникации.</p> <p>Тема 2. Многоуровневая коммуникация. Типология характеров и способы взаимоотношения с типами личности. Типы восприятия и обработки информации. Методы преодоления коммуникационных барьеров. Понятие многоуровневой коммуникации. Рациональный и эмоциональный уровень общения: модель «Айсберг». Типы характеров и способы эффективного взаимодействия с каждым из них.</p> <p>Социальные типы людей. Методы экспресс-диагностики партнера по общению: невербальные сигналы, внешний вид, эмоциональное состояние партнера и другие составляющие общения. Особенности взаимодействия различных типов деловых партнеров в отношениях «руководитель – подчиненный» и «сотрудник – сотрудник». Барьеры слушания. Определение основных направлений мотивации партнера по содержанию речи.</p>				
ИТОГО по 7-му семестру	18	0	32	90
ИТОГО по дисциплине	18	0	32	90