

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


_____ Н.В.Лобов

« 11 » ноября 20 19 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Деловая коммуникация: презентации, публичные выступления, переговоры
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: магистратура
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 108 (3)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью в развитии территории
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационные продукты, отслеживать и учитывать изменение норм русского языка, особенностей иных знаковых систем (ОПК-1).

Задачи дисциплины –
формирование знаний:

- особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов различного уровня сложности в деловой сфере;
- технологии планирования, производства и реализации медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в деловой сфере;
- технологии работы с деловым контентом.

формирование умений:

- планировать, организовывать и координировать процесс создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в деловой сфере.

формирование навыков:

- управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем в деловой сфере.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- деловая коммуникация,
- деловой этикет,
- устные и письменные виды делового общения,
- толерантность,
- коммуникативный барьер,
- деловое взаимодействие.

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения базового курса «Деловая журналистика», «Профессиональные медиатексты (копирайтинг, рерайтинг)» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Реклама и связи с общественностью в развитии территории.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-1	ИД-1ОПК-1	Знает - особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов различного уровня сложности в деловой сфере; - технологии планирования, производства и реализации медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в деловой сфере; - технологии работы с деловым контентом.	Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов различного уровня сложности и различных сфер коммуникации;	Кейс-задача
ОПК-1	ИД-2ОПК-1	Умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания медиа-текстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в деловой сфере.	Умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Кейс-задача
ОПК-1	ИД-3ОПК-1	Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем в деловой сфере.	Владеет навыками управления процессом планирования, производства и реализации востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	Кейс-задача

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	20	20	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)			
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	18	18	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	88	88	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

4. 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
4-й семестр				
Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции.	0	0	2	9
Цели и функции общения. Типология общения: интимно-личностное, деловое, социально-ролевое общение. Принципы и нормы профессиональной этики. Профессиональные и корпоративные этические кодексы. Этические основы рекламной деятельности ²				
Тема 2. Специфика делового общения.	0	0	2	10
Основные задачи деловой коммуникации. Основные принципы делового общения «сверху-вниз», «по горизонтали». Проблема совместимости и сработанности в группе. Стили взаимодействия партнеров в деловой коммуникации: продуктивный, подавляющий, дистанционный, прагматический, популистский, дружеский и т.д. Ролевая игра «Специфика делового общения».				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 3. Коммуникативные барьеры, или социально-психологические аспекты делового общения.	0	0	2	10
Взаимопонимание - основа и цель делового общения. Коммуникативные барьеры, их преодоление. Внешние и внутренние барьеры. Преодоление коммуникативных барьеров: способы и приемы. Межличностное деловое общение. Самопрезентация в общении. Социальные ожидания, их роль в деловом общении. Деловое общение как взаимодействие партнеров. Манипуляции и защита от них в деловом взаимодействии. «Ролевое» взаимодействие. Позиции в общении («родитель», «взрослый» и «дитя»). Тренинг «Коммуникативные барьеры».				
Тема 4. Личное влияние, или технологии делового взаимодействия.	0	0	2	9
Речь в межличностных, общественных и деловых отношениях. Модель коммуникативного процесса. Кодификация и декодификация информации в процессе делового общения. Диалог как форма речевого общения. Барьеры речи. Условия эффекта речевого воздействия. Риторические приемы «убеждающей коммуникации». Функциональные стили речи. Речевые нормы и культура речи. Законы публичного выступления. Риторика и приемы воздействия на аудиторию. Невербальные средства общения в деловой коммуникации. Проблема интерпретации невербальной информации. Физиогномика и физиогномические стереотипы в интерпретации внешности партнера по общению. Социальная дистанция. Организация пространства общения. Территории и зоны делового общения. Визуальная составляющая в межличностном общении. Имидж делового человека в контексте невербалики. Контекст делового общения. Особенности делового общения с использованием технических средств коммуникации. Тренинг «Личное влияние».				
Тема 5. Устная деловая коммуникация	0	0	2	10
Деловое общение как коммуникация. Устное деловое взаимодействие: 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. Презентация, ее смысл и назначение. Переговоры как форма деловой коммуникации (подготовка и проведение, психологический климат). Переговоры - средство разрешения конфликтов. Речевые коммуникации в				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
деловых переговорах. Компьютерная видеоконференцсвязь и ее использование в организации делового общения при подготовке и проведении рекламной компании. Деловая игра «Устное выступление» - презентация с соблюдением всех риторических правил.				
Тема 6. Письменная деловая коммуникация.	0	0	2	10
Официально-деловая письменная коммуникация: язык служебных документов (Приказ, Протокол, Решение, Договор). Язык организационно-распределительной документации: резюме, заявление, анкета, докладная и объяснительная записка, таблица, сплошной связный текст. Правила оформления деловых посланий. Рекламный текст как вид делового послания. Особенности составления официально-деловых текстов в рекламном бизнесе. Тренинг «Деловое письмо» - резюме, заявление, объяснительные записки, деловые письма. Деловой онлайн-этикет: специфика общения в современных коммуникаторах				
Тема 7. Конфликт в деловой сфере и управленческая этика.	0	0	2	10
Конфликты в деловых отношениях. Стили поведения в конфликтных ситуациях. Предупреждение конфликтов. Средства предотвращения конфликтов и методы кризисного управления (информационный, коммуникативный, социально психологический, организационный). Управленческая и корпоративная этика в условиях конфликта. Современные нормы и эталоны управленческого взаимодействия. Особенности конфликтов с потребителями и заказчиками рекламной продукции. Деловая игра «Разрешение конфликта»: организационные конфликты, их диагностика и анализ, рекомендации разрешения.				
Тема 8. Национальные особенности деловых коммуникаций.	0	0	2	10
Кросс-культурный менеджмент и деловая коммуникация. Конференция «Кросс-культурный анализ деловых коммуникаций»: тезисы и выступления по национальным особенностям делового общения в различных странах.				
Тема 9. Деловые официальные мероприятия.	0	0	2	10
Правила и нормы делового общения Принципы позитивного, продуктивного общения. Визитная карточка. Деловой подарок. Коммуникативный смысл деловых приемов. Организация приемов. Правила телефонных разговоров. Дресс-код деловых людей. Деловая игра «Этикетные модели				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
общения»: правила встречи, приветствия и представления деловых партнеров, нормы общения по телефону и т.д.				
ИТОГО по 4-му семестру	0	0	18	88
ИТОГО по дисциплине	0	0	18	88

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Анализ профессиональных и корпоративных этических кодексов. Анализ этических основ рекламной и PR- деятельности.
2	Специфика делового общения. Стили взаимодействия партнеров в деловой коммуникации. Анализ поведения в разных типах деловой коммуникации.
3	Анализ способов и приемов преодоления коммуникативных барьеров. Тренинг «Коммуникативные барьеры».
4	Эффект речевого воздействия: убеждающая коммуникация. Анализ средств вербальной и невербальной коммуникации в рекламной и PR- деятельности.
5	Устная деловая коммуникация. Деловая игра «Устное выступление». Произнесение речей в жанрах рекламной и PR-деятельности.
6	Письменная деловая коммуникация. Тренинг «Деловое письмо»: написание и анализ текстов в жанрах рекламной и PR-деятельности.
7	Конфликт в деловой сфере и управленческая этика. Диагностика и анализ организационных конфликтов.
8	Национальные особенности деловых коммуникаций. Кросс-культурный анализ деловых коммуникаций.
9	Деловые официальные мероприятия. Анализ этикетных моделей общения.

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

Проведение лабораторных занятий основывается на интерактивном методе обучения, при котором обучающиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учебное пособие / А. П. Панфилова. - СПб: Знание, 2004.	12
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		

1	Гойхман О. Я. Основы речевой коммуникации : учебник для вузов, специализирующихся в области сервиса / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. - Москва: ИНФРА - М, 1997.	7
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	М. П. Данилкова Основы делового этикета : Учебное пособие / М. П. Данилкова. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2009.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks84761	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Н. В. Меркулова Business Communication and Correspondence. Деловая коммуникация и коммерческая корреспонденция : Учебное пособие / Н. В. Меркулова. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2013.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83784	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Э. И. Власова Этика делового общения : Учебное пособие / Э. И. Власова. - Москва: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2011.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83079	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF

Вид ПО	Наименование ПО
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
База данных научной электронной библиотеки (eLIBRARY.RU)	https://elibrary.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
База данных компании EBSCO	https://www.ebsco.com/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	Компьютер	1
Практическое занятие	Проектор	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе
