

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



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 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 высокотехнологичных отраслях
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование способности планировать, организовывать и координировать процесс создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом каналов коммуникации и с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем в деловой сфере

Задачи

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

Не предусмотрены

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 коммуникации; технологии планирования, производства и реализации медиатекстов. и (или) медиапродуктов. и (или) коммуникационных продуктов с учетом каналов коммуникации в деловой сфере	Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов различного уровня сложности и различных сфер коммуникации; технологии планирования, производства и реализации медиатекстов. и (или) медиапродуктов. и (или) коммуникационных продуктов с учетом каналов коммуникации	Зачет
ОПК-1	ИД-2ОПК-1	Умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания медиатекстов, 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	Защита лабораторной работы
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 (иностранного) языков 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	Деловая игра

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		1	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	41	41	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)	23	23	
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)			
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	67	67	
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
1-й семестр				
Тема 1. Общение, его сущность, структура, виды и функции.	2	1	0	7
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				
Тема 2. Специфика делового общения	2	2	0	7
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: социально-психологические аспекты делового общения	2	2	0	8
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: технологии делового взаимодействия	2	4	0	8
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	2	4	0	7
Деловое общение как коммуникация. Устное деловое взаимодействие: беседа как специально организованный предметный разговор.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
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 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.	2	4	0	8
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	2	2	0	8
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				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
заказчиками рекламной про-дукции. Деловая игра «Разрешение конфликта»: организаци-онные конфликты, их диагностика и анализ, рекомендации разрешения.				
Тема 8. Национальные особенности деловых коммуникаций	2	2	0	7
Кросс-культурный менеджмент и деловая коммуникация. Конференция «Кросс-культурный анализ деловых ком-муникаций»: тезисы и выступления по национальным особенностям делового общения в различных странах.				
Тема 9. Деловые официальные мероприятия	0	2	0	7
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 общения»: правила встречи, приветствия и представления деловых партнеров, нормы общения по телефону и т.д.				
ИТОГО по 1-му семестру	16	23	0	67
ИТОГО по дисциплине	16	23	0	67

Тематика примерных лабораторных работ

№ п.п.	Наименование темы лабораторной работы
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 котором 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 установление связей с ранее освоенным материалом.

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. 2-е изд. Санкт-Петербург : Знание, 2004. 494 с.	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	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
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
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лабораторная работа	ноутбук, экран, проектор	1
Лекция	ноутбук, экран, проектор	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Деловая коммуникация: презентации,
публичные выступления, переговоры»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях
Квалификация выпускника:	Магистр
Выпускающая кафедра:	Иностранных языков и связей с общественностью
Форма обучения:	Очная

Курс: 1

Семестр: 1

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:	3	ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	108	ч.

Форма промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет

Пермь 2023

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (1-го семестра учебного плана) и разбито на 9 учебных тем. В каждой теме предусмотрены аудиторские лекционные и лабораторные работы, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по лабораторным работам и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Зачёт
Усвоенные знания						
З.1 знать особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов различного уровня сложности в деловой сфере коммуникации; технологии планирования, производства и реализации медиатекстов. и (или) медиапродуктов. и (или) коммуникационных продуктов с учетом каналов коммуникации в деловой сфере		ТО	ОЛР			ТВ
Освоенные умения						
У.1 уметь планировать, организовывать и координировать процесс создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в деловой сфере			ОЛР	КЗ		ПЗ
Приобретенные владения						
В.1 владеть 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 в деловой сфере			ОЛР	КЗ		ПЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме защиты лабораторных работ и кейс-задач (деловых игр) после изучения тем учебной дисциплины.

2.2.1. Защита лабораторных работ

Всего запланировано 9 лабораторных работ. Типовые темы лабораторных работ:

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.

Защита лабораторной работы проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.2. Отчет по выполнению кейс-задачи (деловой игры)

Выполнение кейс-задачи проводится группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

Типовые кейс-задачи (деловые игры):

1. Деловая игра «Специфика делового общения».
2. Деловая игра (тренинг) «Коммуникативные барьеры».
3. Деловая игра (тренинг) «Личное влияние».
4. Деловая игра (тренинг) «Собеседование при приеме на работу»/ «Телефонная беседа».
5. Деловая игра (тренинг) «Деловое письмо».
6. Деловая игра «Разрешение конфликта, или переговоры».

7. Конференция «Кросс-культурный анализ деловых коммуникаций».
8. Деловая игра «Этикетные модели общения».

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения), как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех лабораторных и запланированных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих лабораторных работ студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Профессиональные и корпоративные этические кодексы. Этические основы рекламной деятельности.
2. Социальная дистанция. Организация пространства общения. Территории и зоны делового общения.
3. Принципы позитивного, продуктивного общения.
4. Конфликты в деловых отношениях. Стили поведения в конфликтных ситуациях. Предупреждение конфликтов. Средства предотвращения конфликтов и

методы кризисного управления (информационный, коммуникативный, социально психологический, организационный).

5. Кросс-культурный менеджмент и деловая коммуникация.

6. Невербальные средства общения в деловой коммуникации. Проблема интерпретации невербальной информации.

7. Управленческая и корпоративная этика в условиях конфликта. Современные нормы и эталоны управленческого взаимодействия.

8. Манипуляций в деловом взаимодействии.

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Работа над самопрезентацией в условиях профессионального общения.

2. Преодоление внешних и внутренних коммуникативных барьеров.

3. Работа над невербальным имиджем делового человека.

4. Определение манипуляций в деловом взаимодействии.

5. Речевые коммуникации в деловых переговорах как средство разрешения конфликтов.

6. Подготовка и проведение переговоров как формы деловой коммуникации (психологический климат).

7. Работа с конфликтами потребителей и заказчиков в рекламной индустрии.

8. Работа над дресс-кодом специалиста в сфере рекламы и деловой коммуникации.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Составить пресс-релиз для рекламной кампании.

2. Подготовить самопрезентацию для собеседования при приеме на работу.

3. Подготовить самопрезентацию для участия в проекте.

4. Дать характеристику телефонных разговоров при реализации конкретной рекламной или PR-кампании.

5. Анализ речевых коммуникаций в деловых переговорах.

6. Определить принципы делового общения «сверху-вниз», «по горизонтали».

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в*

билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.