

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

УТВЕРЖДЕНО:

на заседании кафедры политологии
и связей с общественностью
протокол от 08 июня 2022 г. № 10

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

СОГЛАСОВАНО:

Председатель УМК
факультета философии и социологии

 /Р.Н. Хайруллин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Деловое общение в PR-практике»

Б1.В.07 (Часть, формируемая участниками образовательных отношений
программа бакалавриата)

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(ФГОС 3 ++)

Направленность (профиль) подготовки
Коммуникационный менеджмент

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель):

канд. филос. наук, доцент Р.Р. Сулейманова

 /Р.Р. Сулейманова

Уфа, 2022 г.

Составитель: Сулейманова Римма Рифхатовна, кандидат философских наук, доцент

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии и связей с общественностью, протокол № 10 от 08 июня 2022 г.

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	5
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	5
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	22
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	24
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24
Приложение №1	26
Приложение № 2	28
Приложение № 3	38

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ
	ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала
ПК 6. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК- 6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Владеет навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта
	ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Умеет создавать информационные поводы применяя творческий подход с учетом мирового и отечественного опыта
	ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Владеет навыками создания сценария и плана специальных мероприятий

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловое общение в PR-практике» изучается на 1 курсе в 1 и 2 семестрах.

Целью изучения дисциплины «Деловое общение в PR-практике» является приобретение теоретических знаний о функциях, признаках, основных видах, методах, средствах и формах

делового общения в PR-практике и практических навыков в различных областях деловой PR-коммуникации:

- в продуцировании связных, правильно построенных монологических текстов на разные темы в соответствии с коммуникативными намерениями говорящего и ситуацией общения;
- в диалогических и полилогических ситуациях делового общения;
- в установлении речевого контакта, обмене информации с другими членами PR-коммуникации;
- в ознакомлении с основами делового общения в PR-практике, деловой риторики;
- в углублении знаний о речи как инструменте эффективного PR-общения, навыках устного и письменного делового общения в PR-практике, об официально-деловом стиле русского языка, его богатстве, ресурсах, структуре, формах реализации.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в рамках изучения следующих дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Копирайтинг», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Теория организаций».

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы по очной форме представлено в **Приложении № 2**.

Содержание рабочей программы по заочной форме представлено в **Приложении № 3**.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции ПК-3 – Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями	Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ	Не владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью	Неудовлетворительно

каналов трансляции коммуникационного продукта трансляции коммуникационного продукта требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта		Частично владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью	Удовлетворительно
		Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ	Хорошо
		Отлично владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ	Отлично
ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции и канала	Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Не умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Неудовлетворительно
		Умеет с определенными недостатками готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Удовлетворительно
		Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Хорошо
		Отлично умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Отлично

Код и формулировка компетенции ПК 6 – Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по практике	Критерии оценивания	Шкала оценивания
--	---------------------------------	---------------------	------------------

ПК- 6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Владеет навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта	Не сформированы навыки создания текста рекламы и связей с общественностью	Неудовлетворительно
		Сформированы начальные навыки создания текста рекламы и связей с общественностью	Удовлетворительно
		Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта	Отлично
ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Умеет создавать информационные поводы применяя творческий подход с учетом мирового и отечественного опыта	Отсутствуют навыки создания информационных поводов	Неудовлетворительно
		Сформированы простейшие навыки создания информационных поводов	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне навыки создания информационных поводов с учетом мирового и отечественного опыта	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки создания информационных поводов с учетом мирового и отечественного опыта	Отлично

ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Владеет навыками создания сценария и плана специальных мероприятий	Отсутствуют навыки создания сценария и плана специальных мероприятий	Неудовлетворительно
		Сформированы простейшие навыки создания сценария и плана специальных мероприятий	Удовлетворительно
		Сформированы на базовом уровне навыки создания сценария и плана специальных мероприятий	Хорошо
		Сформированы на высоком уровне навыки создания сценария и плана специальных мероприятий	Отлично
ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности и в оффлайн и онлайн среде	Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде	Не умеет продвигать миссию и видение организации	Неудовлетворительно
		Умеет с определенными недостатками продвигать миссию и видение организации	Удовлетворительно
		Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде	Хорошо
		Отлично умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде	Отлично

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10; для зачета: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10). См. Приложение 1.

Шкалы оценивания:

Для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Владеет навыками редактирования текста рекламы и связей с общественностью на основе знания языковых норм, стандартов, форматов, технологических требований СМИ	Реферативный доклад, опрос во время проведения практических занятий, чтение, анализ и тезирование профессиональной литературы; работа с практическим заданием
ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Умеет готовить коммуникационный продукт в соответствии с форматом медиа-канала	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий; индивидуальная творческая работа по концепту слова; работа с практическим заданием
ПК- 6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Владеет навыками создания текста рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта	Опрос во время проведения практических занятий, деловые игры, публикация статей в научных сборниках конференций; работа с практическим заданием
ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Умеет создавать информационные поводы применяя творческий подход с учетом мирового и отечественного опыта	Опрос во время проведения практических занятий, тестирование, резюме, видео-резюме; работа с практическим заданием

ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Владеет навыками создания сценария и плана специальных мероприятий	Опрос во время проведения практических занятий, деловые игры, публикация статей в научных сборниках; работа с практическим заданием
ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Умеет продвигать миссию и видение организации в онлайн и онлайн среде	Опрос во время проведения практических занятий, деловые игры, публикация статей в научных сборниках, презентация, итоговое тестирование; работа с практическим заданием

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Какова специфика делового общения?
2. Каковы слагаемые речевой культуры? Какие типы внутринациональных речевых культур вам известны? Какие из них преобладают в деловом общении?
3. Назовите основной принцип речевого поведения в деловом общении?
4. Что можно считать доминантной официально-делового стиля? Когда начал формироваться деловой стиль в русском языке? Охарактеризуйте основные жанры официально-делового стиля, которыми должен владеть PR-специалист?
5. В чем специфика монологической и диалогической речи? В каких жанрах они реализуются?
6. Какой темп речи характерен для современной деловой беседы, телефонного общения? Почему?
7. Какие пласты лексики составляют основу устной деловой речи? Что «захламляет» устную деловую речь, делая деловой диалог малопродуктивным и снижает динамику его развития? Чем отличается речь носителя высоких типов речевой культуры?
8. Что изучает деловая риторика? Перечислите основные законы современной риторики.
9. По каким принципам должно строиться деловое общение? Перечислите риторические законы, сформулированные в связи с выделением частей структуры речевого акта в процессе делового общения.
10. Какие признаки лежат в основе классификации переговоров? Назовите этапы переговорного процесса и законы риторики, которые реализуются на этих этапах.
11. Назовите этапы подготовки и проведения совещания.
12. Расскажите о специфике жанра телефонного делового разговора?
13. По каким принципам строится презентационная речь как разновидность публичной речи?
14. Какие виды речевого этикета вам известны? Каков общий принцип использования этикетных средств? Как официальность обстановки влияет на выбор этикетных средств? Чем отличается *Вы*-общение от *Ты*-общения?
15. Что включает в себя понятия «этикетный текст»? Какие функции выполняют этикетные средства в телефонном диалогическом общении?

Методика оценивания для зачета по дисциплине

Оценка «зачтено» – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов), выставляется студенту, если он дал полные, развернутые ответы по теоретическим вопросам на зачет, продемонстрировал умение использовать терминологический аппарат по дисциплине, умение применять на практике теоретические знания, полученные в результате освоения дисциплины. Студент смог ответить на дополнительные вопросы и умеет аргументировано отстаивать свою точку зрения. Положительно оценена контрольная работа.

Оценка «не зачтено» – от 0 до 59 рейтинговых баллов, выставляется студенту, если он не владеет теоретическими аспектами рассматриваемых вопросов, не использует терминологический аппарат для аргументированного и полного ответа по вопросу. Не смог ответить на дополнительные вопросы. Не умеет применять полученные знания на практике.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

1. Деловое общение как форма воспроизводства современной информационной среды.
2. Понятия «деловое общение», «деловая коммуникация», «коммуникативный процесс».
3. Теоретические основы делового общения: виды, функции, признаки.
4. Формы и методы делового общения: основные характеристики и специфика.
5. Типы речевых культур в PR-практике делового общения. Культура речи делового общения и ее слагаемые.
6. Культура речи и принципы речевого поведения PR-специалиста как субъекта коммуникации.
7. Речевая ситуация и ее составляющие. Общая модель речевой ситуации.
8. История формирования делового стиля. Деловые письма как особый тип документов.
9. Образцы деловой переписки. Служебная телеграмма как официальный документ.
10. Лексические, грамматические и синтаксические нормы официально-делового стиля речи.
11. Психологические основы делового общения. Сенсорные типы.
12. Психогеометрическая типология (по Сьюзену Деллингеру).
13. Конфликты. Коммуникативные барьеры и способы их преодоления.
14. Вербальная коммуникация: специфика и основные характеристики.
15. Невербальная коммуникация: основные характеристики. Кинесические и проксемические особенности невербального общения.
16. Этические аспекты делового общения. Д. Карнеги и его теория эффективного общения (книга автора «Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично»).
17. Compliments как форма эффективной деловой коммуникации.
18. Специфика жанра телефонного делового разговора.
19. Современная риторика и ее законы. Предмет и задачи деловой риторики.
20. Презентационная речь как разновидность публичной речи.
21. Презентация как форма деловой коммуникации.
22. Деловые переговоры. Методика и тактика ведения переговоров.
23. Договор как основной жанр письменной деловой речи.
24. Интонация и смысловая дискретность устной речи. Фонетические нормы устной деловой речи.
25. Структура речевого акта и речевая стратегия.
26. Логика изложения и законы текстовой организации языка документов.
27. Стилистические приемы и риторические фигуры ораторской речи.

28. Виды слушания. Принципы эффективного слушания.
29. Публичное выступление как форма делового общения.
30. Спор, дискуссия, полемика как элементы делового общения.

Методика оценивания для экзамена по дисциплине

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при дополнительных вопросах, использует в ответе материал используемой рекомендуемой литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на дополнительные вопросы.

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Структура экзаменационного билета

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

Факультет философии и социологии

Кафедра политологии и связей с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

по дисциплине «Деловое общение в PR-практике»

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Коммуникационный менеджмент»

1. Деловое общение как форма воспроизводства современной информационной среды.
2. Лексические, грамматические и синтаксические нормы официально-делового стиля речи.
3. Этические аспекты делового общения. Д. Карнеги и его теория эффективного общения (книга автора «Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично»).

Утверждено на заседании кафедры, протокол № 10 от 08 июня 2022 г.

Зав. кафедрой



/ Э.Н. Ямалова

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене

Критерии оценки (в баллах):

25-30 баллов выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

17-24 баллов выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

10-16 баллов выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

1-10 баллов выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

ВОПРОСЫ ДЛЯ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Модуль 1. Теоретические и методические аспекты делового общения

Тема 1. Объект и предмет науки «Деловое общение».

1. Понятие, функции и специфика делового общения как вида социальной коммуникации.
2. Структурные компоненты делового общения: основные виды и средства делового общения. Жанровые разновидности письменного и устного общения.
3. Формы и методы делового общения. Кибернетические модели делового общения в PR-практике.
4. Деловое общение как особая область научного знания.

Практическое задание: чтение, анализ и тезирование книги «Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично», автор Дейл Карнеги.

Тема 2. Деловое общение как форма воспроизводства современной информационной среды.

1. Связи с общественностью как система формирования гармоничных коммуникаций организации с ее целевыми аудиториями.
2. Деловое общение – ключевой элемент связей с общественностью.
3. Современные методы эффективного делового общения.
4. Деловое общение и управление им. Технологии делового общения.

Практическое задание: чтение и анализ книги «Карьера менеджера», автор Ли Якокка.

Тема 3. PR-специалист как субъект коммуникации.

1. Культура речи делового общения и ее слагаемые.
2. Понятие «речевая культура». Ортология. Кодифицированные нормы языка деловой коммуникации. Типы речевых культур. Взаимодействие внутринациональных речевых культур.
3. Коммуникативный аспект культуры речи PR-специалиста, принципы речевого поведения.

4. Этический аспект культуры речи PR-специалиста.
5. Специалист по связям с общественностью как коммуникативная личность.
Практическое задание: продумать текст на 1 минуту, 100-110 слов.

Тема 4. Культура речи и принципы речевого поведения PR–специалиста.

1. Понятие «речевое поведение». Директивные речевые акты. Теория Г.П. Грайса о принципах поведения. Внутривидовая деятельность в распределении социальных ролей.
2. Речевая ситуация и ее составляющие. Понятие «речевая ситуация». Лингвопрагматические основы речевой ситуации. Общая модель речевой ситуации. Ролевые и коммуникативные отношения. Приоритетные принципы общения. Особенности речевых ситуаций в сфере деловых коммуникаций.

Практическое задание: чтение и анализ книги «Логика и речевое общение» // Новое в зарубежной лингвистике, автор Герберт Пол Грайс.

Тема 5. Официально-деловой стиль – язык документов.

1. История формирования делового стиля. Реформы делопроизводства. Формирование кодифицированного языка. Унификация языка документов. Стандартизация, типизация документов.
2. Основные жанры письменной деловой речи. Договоры. Деловые письма. Организационно-распорядительная документация.
3. Основные черты официально-делового стиля. Высокая терминоведность. Номенклатурная лексика. Формально-логический тип текстовой организации. Рубрикация.

Практическое задание: составление резюме; чтение и анализ книги «Новые правила деловой переписки», авторы Людмила Сарычева и Максим Ильяхов.

Модуль 2. Психологические основы делового общения

Тема 6. Социально - психологические процессы делового общения:
содержание и динамика.

1. Фундаментальные теории: структурализм, бихевиоризм, необихевиоризм, когнитивная психология, гештальтпсихология, социальная психология.
2. Типы темпераментов. Сенсорные типы. Инсайт. Визуальный, аудиальный, кинестический типы.
3. Психометрическая типология (по Сьюзену Деллингеру) в практике делового общения.
4. Конфликты. Способы погашения конфликтных ситуаций.

Практическое задание: чтение и анализ книги «7 навыков высокоэффективных людей», автор Стивен Кови.

Тема 7. Психологические характеристики деловых партнеров.

1. Способности в деловом общении.
2. Эмоции и темперамент в деловом общении. Мотивации в деловом общении.
3. Многомерность личности делового партнера. Психические функции деловых партнеров в процессе коммуникации. Экстраверсия и интроверсия в деловом общении.
4. Психологическая защита в деловом общении: защитные механизмы.

Практическое задание: чтение и анализ книги «Харизма лидера», автор Радислав Гандапас.

Тема 8. Технологии делового общения.

1. Системная модель технологий делового общения.
2. Перцептивно-когнитивные технологии.
3. Информационно-коммуникативные технологии.
4. Конативные технологии.

5. Манипулятивные технологии.

Практическое задание: чтение и анализ книги «Говори как бог», автор Ксения Чернова.

Модуль 3. Этические аспекты делового общения в PR-практике

Тема 9. Коммуникативная культура делового общения.

1. Деловой этикет. Этика делового общения. Искусство делового общения как основного элемента связей с общественностью. Культура поведения PR-специалиста.
2. Предмет и функции речевого этикета в деловом общении, его национальный характер.
3. Обстановка общения и этикетные формулы. Ты- и Вы-общение. Этикет и социальный статус адресата. Система обращений. Церемонии и этикетные тексты. Этикетная модуляция речи. Этикет делового письма. Этикет телефонного разговора.

Практическое задание: чтение и анализ книги «Без обид! Как эмоциональный интеллект помогает общаться с коллегами и руководством», авторы Молли Вест Даффи, Лиз Фосслиен.

Тема 10. Стилль делового общения: коммуникативные барьеры.

1. Система методов и приемов эффективного воздействия на деловых партнеров. Деловой стиль.
2. Compliment как эффективное средство делового общения. Правила комплиментов в практике делового общения.
3. Критика как важнейший компонент культуры профессионального общения PR-специалиста. Конструктивная критика. Неудачная критика. Основные правила конструктивной критики. Эффективные приемы критических оценок.
4. Визитная карточка как форма эффективного делового общения. Виды и формы визитных карточек. Практические советы и рекомендации

Практическое задание: чтение и анализ книги «Правила делового общения. 33 «нельзя» и 33 «можно»», автор Нина Зверева.

Модуль 4. Деловая риторика. Коммуникативный аспект делового общения

Тема 11. Предмет и задачи деловой риторики.

1. Современная риторика и ее законы. Принцип кооперации. Правила смены коммуникативных ролей в диалогической речи. Принцип Поллианы. Закон ориентации речи на адресата. Закон продвижения к цели и ориентации адресата речи. Закон о действенности речи.
2. Структура речевого акта и речевая стратегия. Законы речевого поведения: концептуальный закон, закон моделирования аудитории, стратегический закон, тактический закон, закон словесно-речевого выражения, закон эффективного общения, системно-аналитический закон).

Практическое задание: круглый стол; чтение и анализ книги «К выступлению готов. Презентационный конструктор», автор Радислав Гандапас.

Тема 12. Виды делового общения в PR-практике.

1. Деловые переговоры. Классификация переговоров. Этапы переговорного процесса и законы риторики. Речевая стратегия и способы ее вербальной реализации. Стратегии, методы и тактики ведения переговоров. Взаимодействие тактик. Виды слушания. Принципы эффективного слушания.
2. Специфика жанра телефонного делового разговора. Санкционированный/несанкционированный телефонный звонок. Виды. Правила общения.
3. Презентация как разновидность делового общения. Презентационная речь как разновидность публичной речи. Принципы публичного выступления. Стилистические приемы и риторические фигуры ораторской речи.

Практическое задание: Деловая игра «Переговоры», деловая игра «Презентация».

Примерные критерии оценки ответа на семинарах

- 5 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 4 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 2 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Деловое общение как форма воспроизводства современной информационной среды.
2. Культура речи PR-специалиста как способ реализации эффективного делового общения.
3. Профессиональный язык PR-специалиста.
4. Культура устной и письменной речи PR-специалиста.
5. Культура делового общения и официальной переписки.
6. Межнациональные особенности ведения деловых переговоров в PR-практике: социокультурный аспект.
7. Национальные особенности делового общения в PR-практике.
8. Корпоративная культура делового общения.
9. Особенности делового этикета в PR-практике международного общения.
10. Риторика делового общения в практике PR-специалиста.
11. Психологическая культура делового общения PR-специалиста.
12. Психологические аспекты делового общения в PR-практике.
13. Проблема конфликта в PR-практике делового общения.
14. Профессиональная этика делового общения PR-специалиста.
15. Этика делового общения традиционного общества.
16. Этика делового общения в учении Конфуция.
17. Этика делового общения в западноевропейской культуре.
18. Информационная культура PR-специалиста в практике делового общения.
19. Презентация как разновидность делового общения в PR-практике.
20. Переговоры как разновидность делового общения в PR-практике.
21. Культура оформления документов в деловом общении.
22. Деловое общение как форма межличностных отношений.
23. Вербальные и невербальные виды делового общения.
24. Телефонный разговор как разновидность делового общения в PR-практике.
25. Визитные карточки в PR-практике делового общения.
26. Письменное общение в системе деловых отношений PR-специалиста.
27. Приемы использования правил убеждения в практике делового общения.
28. Деловое общение и управление им.
29. Деловое общение в PR-практике: понятие, структура, виды.
30. Технологии делового общения в PR-практике.
31. Деловая риторика: коммуникативный аспект делового общения.
32. Речевой этикет PR-специалиста в практике делового общения.
33. Стрессоустойчивость в процессе делового общения PR-специалиста.
34. Фэн-шуй в PR-практике делового общения.
35. Деловые письма в PR-практике как особый тип документов.

36. Эффективное деловое общение в системе государственного управления.
37. Роль делового общения в PR-практике в формировании цифрового профиля PR-специалиста.
38. Эффективное деловое общение в современной цифровой среде.
39. Трансформация делового общения в условиях цифровизации.
40. Цифровизация как новый тренд в PR-практике делового общения.
41. Деловая переписка как форма письменной коммуникации.
42. Анализ проведения деловых переговоров, встреч и совещаний (на примере ...).
43. Этикет деловой переписки по электронной почте.
44. Деловой цифровой этикет: особенности общения.
45. Онлайн-общение как форма деловой коммуникации в PR-практике.
46. Исследование цифрового этикета в PR-практике делового общения.
47. Формирование новой цифровой культуры в PR-практике делового общения.
48. Compliments как эффективное средство делового общения в PR-практике.
49. Этика делового общения в социальных сетях.
50. Социальные сети как площадка для управления коммуникациями в деловом общении.
51. Деловое совещание как форма делового общения в PR-практике.
52. Модели поведения и тактика общения в деловой сфере.
53. Стресс и его влияние на процесс делового общения в PR-практике.
54. Современные информационные технологии как средство повышения эффективности делового общения в PR-практике.
55. Пресс-конференция как форма делового общения в PR-практике.

Требования к курсовой работе.

Курсовая работа не является вспомогательной формой контроля знаний, имеет статус экзамена. К ней предъявляются качественно иные требования, предусмотренные учебным стандартом. В течение учебного года пишется всего одна курсовая работа.

Курсовая работа – это настоящее студенческое научное исследование. Поскольку пишется она по специальному предмету или по выбранной студентом специализации, назначение ее в том, что бы выяснить, насколько последний овладел навыками самостоятельной научной деятельности. Пользуясь советами научного руководителя и подобранной им литературы, студент в течение нескольких месяцев проходит подготовительный этап работы и пишет текст, который затем сдает своему руководителю для прочтения и оценки. Ее тема должна быть актуальной с точки зрения современного состояния науки. Отметим, что во введении к курсовой работе актуальность выбранной темы должна быть убедительно обоснована.

Курсовая работа должна иметь развернутый план – оглавление, введение, основную часть, состоящую обычно из двух глав, и заключения. Примерный объем работы в целом должен составлять 30 печатных страниц. Из этого объема около 10% обычно занимает введение, от 5 до 10% - заключение.

Введение обязательно следует начать с обоснования актуальности темы. Далее следует остановиться на описании степени разработанности темы в научной литературе. Здесь необходимо привести название основных источников, охарактеризовать сложившиеся подходы и методы, отметить и оценить индивидуальный вклад разработки проблемы различных ученых. Затем нужно переходить к довольно трудному этапу – формулировке цели и задач своей работы. Эта формулировка должна быть по возможности четкой и краткой. Ее назначение – определить стратегию и тактику написания работы. Наконец, необходимо коснуться методологии и методов исследования. Достаточно будет просто их назвать.

Основная часть курсовой работы посвящена решению поставленных во введении задач. Обычно в основной части выделяется две, реже три главы, каждая из которых выполняет

свою функцию в общей логике изложения. О структуре основной части мы уже говорили выше.

Заключение содержит сделанные автором работы выводы, итоги исследования. Хорошо, если в конце заключения вы остановитесь на дальнейших перспективах исследования данной темы. Это может послужить заделом для написания следующей курсовой и дипломной работ. За заключением идёт список использованной литературы, который должен быть составлен в соответствии с установленными требованиями. Если в работе имеются приложения, они оформляются на отдельных листах, их следует пронумеровать.

Необходимо помнить, что, в отличие от рефератов, докладов и контрольных работ, к курсовой работе предъявляется требование относительной самостоятельности. Имеется в виду не самостоятельность изложения, которая желательна во всех перечисленных случаях, а самостоятельность научной мысли – насколько это допускает уровень профессиональной подготовки студента. Студент в своей курсовой работе должен продемонстрировать, насколько он овладел начальными навыками научного мышления. Самое разумное – с самого начала взяться за одну тему и, последовательно углубляя проблематику, развивать ее на протяжении всех лет учебы с тем, чтобы в итоге написать по ней выпускную квалификационную работу.

Готовая курсовая работа сдается на кафедру. Согласно существующим правилам преподаватель должен обосновать выставленную им оценку в письменной рецензии. Если курсовая проходит процедуру защиты на кафедре, то результаты обсуждения и выставленная оценка заносятся в протокол заседания кафедры.

Примерными критериями оценки курсовой работы является актуальность выбранной темы, глубина освоения материала, качество подбора и использования источников, степень самостоятельности выводов, общая культура изложения.

Оценка «отлично» выставляется при условии, что:

- работа выполнена самостоятельно, носит творческий характер, возможно содержание элементов научной новизны;
- собран, обобщен и проанализирован достаточный объем литературных источников;
- при написании и защите работы студентом дневного отделения продемонстрирован высокий уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций, теоретические знания и наличие практических навыков;
- работа хорошо оформлена и своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению курсовых работ;
- на защите освещены все вопросы исследования, ответы студента на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, результаты исследования подкреплены статистическими критериями;

Оценка «хорошо» ставится, если:

- тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда оригинальны и / или не имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы;
- собран, обобщен и проанализирован необходимый объем психологической литературы, но не по всем аспектам исследуемой темы сделаны выводы и обоснованы практические рекомендации;
- при написании и защите работы студентом продемонстрирован средний уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций, наличие теоретических знаний и достаточных практических навыков;
- работа своевременно представлена на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении;
- в процессе защиты работы были неполные ответы на вопросы.

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда:

- тема работы раскрыта частично, но в основном правильно, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы;
- в работе недостаточно полно была использована психологическая литература, выводы и практические рекомендации не отражали в достаточной степени содержание работы;
- при написании и защите работы студентом продемонстрирован удовлетворительный уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций, поверхностный уровень теоретических знаний и практических навыков;
- работа своевременно представлена на кафедру, однако не в полном объеме по содержанию и / или оформлению соответствует предъявляемым требованиям;
- в процессе защиты выпускник недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если:

- содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены бессистемно и поверхностно, нет анализа практического материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования;
- работа не оригинальна, основана на компиляции публикаций по теме;
- при написании и защите работы студентом продемонстрирован неудовлетворительный уровень развития общекультурных и профессиональных компетенций;
- работа несвоевременно представлена на кафедру, не в полном объеме по содержанию и оформлению соответствует предъявляемым требованиям;
- на защите студент дневного отделения показал поверхностные знания по исследуемой теме, отсутствие представлений об актуальных проблемах по теме работы, плохо отвечал на вопросы.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (для заочной формы)

1. Теоретические предпосылки и основы науки «Деловое общение».
2. Предмет, методы и функции делового общения.
3. Специфика делового общения.
4. Слагаемые речевой культуры.
5. Типы внутринациональных речевых культур.
6. Основной принцип речевого поведения в деловом общении.
7. Главные составляющие речевой ситуации.
8. Деловое общение: понятие и структура.
9. Основные черты официально-делового стиля. Доминанта официально-делового стиля.
10. История формирования делового стиля.
11. Основные жанры официально-делового стиля.
12. Социально-психологические процессы делового общения: содержание и динамика.
13. Вербальные и невербальные виды делового общения.
14. Телефонный разговор как разновидность делового общения.
15. Визитные карточки в деловом общении.
16. Значение письменного делового общения в системе деловых отношений.
17. Приемы использования правил убеждения в практике делового общения.
18. Технологии делового общения.
19. Типы речевых культур в деловом общении.
20. Деловая риторика. Коммуникативный аспект делового общения.

Примерные критерии оценки контрольных работ

Оценка **«отлично»** ставится за самостоятельно написанный материал по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; сформированность компетенций.

Оценка **«хорошо»** ставится, если: ответ удовлетворяет в основном требованиям на

оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание работы ; допущены один – два недочета при освещении основного содержания темы, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя.

Оценка «**удовлетворительно**» ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после замечаний преподавателя; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации.

Оценка «**неудовлетворительно**» ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких замечаний преподавателя; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов; недостаточно сформированы навыки письменной речи; не сформированы умения и компетенции; работа является плагиатом других рефератов более чем на 90%.

ТЕМАТИКА ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ

- 1. Концептосфера слова (студент выбирает любое слово).**
2. Психолингвистика слоганов в рекламе парфюмерии.
3. Названия эстрадных групп как отражение молодежного менталитета.
4. Современные тенденции в сфере имен собственных (на материале наименований продуктов питания, например: «Моя семья», «Мечта хозяйки», «Курочка ряба»).
5. Способы привлечения аудитории в названиях телепередач.
6. Боты на YouTube: оценка воздействия на российскую молодежь.
7. Речевые ошибки в теле- и радио текстах (по материалам региональных ТВ передач).
8. Современные тенденции в сфере имен собственных (на материале наименований алкогольных и безалкогольных напитков в русском языке).
9. Бренды и звезды: рекламные кампании с участием знаменитостей.
10. Роль рекламы в формировании культа здорового образа жизни.

Примерные критерии оценивания творческих работ

От 20 до 25 баллов получает студент, который продемонстрировал высокий уровень культуры мышления, показал креативный подход к решению нестандартных заданий, проявил творческие способности, подготовил презентацию по теме. При обобщении материалов выявил необходимые критерии для обобщения, провел анализ в точном соответствии с заданием, выводы аргументировал.

От 11 до 20 баллов получает студент, который продемонстрировал высокий уровень культуры мышления, показал креативный подход к решению нестандартных заданий, проявил творческие способности, подготовил презентацию по теме. При обобщении материалов сумел их систематизировать, однако были допущены ошибки в определении основных критериев обобщения, описание соответствующих выводов дано достаточное полное и всестороннее, хотя имеют место некоторые неточности в аргументации.

Менее 10 баллов получает студент, который при выполнении творческого задания продемонстрировал слабый уровень владения материалами, не позволяющим решать нестандартные задания, не показал умение поиска креативного творческого решения, либо провел их неточный анализ, по результатам которого сделал неверные выводы, не смог аргументировать собственную точку зрения

ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТЫ

1. Концепция «Жизнь» — человеколюбия была разработана:
 - а) в этическом учении буддизма
 - б) в этике суфизма
 - в) в конфуцианстве
2. Реализация практического закона общения, согласно И. Канту, включает:
 - а) рассмотрение любого человека как «цели самой по себе»
 - б) использование одним человеком другого в качестве средства для достижения целей
 - в) употребление другого человека как «какой-нибудь вещи»
3. «Экономический человек» руководствуется в деловых отношениях:
 - а) чувством справедливости
 - б) долгом
 - в) альтруизмом
 - г) максимизацией своей экономической выгоды
4. Какие из перечисленных ниже теорий можно отнести к теоретическим предпосылкам дисциплины «деловое общение»?
 - а) социальная психология
 - б) психофизика
 - в) психология личности
 - г) клиническая психология
 - д) профессиональная психология
5. В каком направлении определяющим является принцип «любое поведение индивида определяется своими последствиями»?
 - а) в социобиологии
 - б) в необихевиоризме
 - в) в гештальтпсихологии
 - г) в гуманистической психологии
6. Какой метод лежит в основе проективного теста?
 - а) метод проекции
 - б) метод наблюдения
 - в) метод опроса
7. Выберите среди перечисленных ниже направлений психологии специальные психологические теории.
 - а) общая психология
 - б) экономическая психология
 - в) социальная психология
 - г) профессиональная психология
 - д) психодиагностика
8. Какая специальная психологическая теория исследует закономерности взаимодействия человека и техники?
 - а) экономическая психология
 - б) организационная психология
 - в) профессиональная психология
9. Содержание делового общения составляет:
 - а) обсуждение социально-значимой проблемы
 - б) внутренний личностный мир субъектов общения
 - в) удовлетворение потребности в общении
 - г) формирование профессиональных навыков и умений
10. В чем состоит главная цель конвенционального делового общения
 - а) в поддержании договорно-правовых отношений фирмы
 - б) в оказании внушающего воздействия на делового партнера
 - в) в следовании традициям фирмы

- г) в авторитарном контроле за поведением делового партнера
11. *Императивное деловое общение предполагает:*
- а) формирование у делового партнера эмоционального фона, соответствующего деловой ситуации
 - б) открытое принуждение партнера к определенным решениям или действиям
 - в) расширение информационного фонда делового партнера
 - г) рассмотрение партнера в качестве объекта психологического воздействия
12. *К невербальным средствам делового общения относятся:*
- а) речевые конструкции
 - б) мимика
 - в) жесты
 - г) социальные диалекты
 - д) походка
13. *Можно ли считать форму делового общения способом реализации коммуникативного процесса делового общения?*
- а) да
 - б) нет
14. *Пресс-конференция как форма делового общения применяется тогда, когда необходимо:*
- а) оказать воздействие на общественное мнение
 - б) создать позитивный корпоративный имидж
 - в) обменяться информацией с деловым партнером
 - г) ознакомить общественность с точкой зрения фирмы
15. *Расставьте в правильной последовательности основные этапы деловых переговоров.*
- а) согласование тематики переговоров
 - б) начало переговоров
 - в) обсуждение точек зрения сторон
 - г) соглашение
16. *Что может способствовать успешному ведению переговоров?*
- а) теплый, уважительный тон речи
 - б) оживленный, заинтересованный взгляд
 - в) потирание глаз
 - г) легкое постукивание пальцами по столу
 - д) раскрепощенность позы

Примерные критерии оценивания тестов

- 16 верных ответов из возможных 16-ти дают оценку «отлично»;
- от 11 до 16 верных ответов дают оценку «хорошо»;
- от 11 до 8 верных ответов дают оценку «удовлетворительно»;
- менее 8 верных ответов – «неудовлетворительно».

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://rpd.bashedu.ru/node/384>. Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>.

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. [Катлип Скотт М.](#) Паблик Рилейшнз: Теория и практика / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Центер, Глен М. Брум .– 8-е изд. – М.; СПб; Киев : Вильямс, 2001 .– 624 с.

2. Паблик Рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса / Ассоциация авторов и издателей "ТАНДЕМ"; Ред. Журавлев В.М. – М. : ЭКМОС, 2001. – 352с.
3. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Ф. И. Шарков; Международная акад. бизнеса и управления; Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2012. – 320 с
4. Сулейманова, Р. Р. Деловое общение в PR-практике [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Р. Р. Сулейманова; БашГУ. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – Электрон. версия печ. публикации. – Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. – <URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/SuleymanovaDelovoeObchenie-PR.pdf>>.
5. Садыкова, Н. А. Деловое общение [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н. А. Садыкова, О. Е. Симонова; БашГУ. – Уфа: РИО БашГУ, 2009. – Электрон. версия печ. публикации. – Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. – <URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/SadikovaDelobshenieUchPos.2009.pdf>>.

Дополнительная литература:

6. Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие/ А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Издательский дом «Дело», 2016. – 521 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>
7. Асаул А. Н. Культура организации: проблемы формирования и управления [Электронный ресурс] / А. Н. Асаул [и др.].– СПб. : Гуманистика, 2006.– Электрон. версия печ. публикации.–Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ–<URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/AsaulKulturaOrganizaciiProblemyFormirovanie.iPravleniy.2006.pdf>>.
8. Менеджмент корпорации и корпоративное управление/А.Н. Асаул, В.И. Павлов, Ф.И. Бескиерь, О.А. Мышко; Институт проблем региональной экономики, Западный научный центр национальной академии наук и министерства образования и науки Украины, Международная академия инвестиций и экономики строительства. – Санкт-Петербург: Гуманистика, 2006. – 293 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434512>
9. Бердников И. П. PR-коммуникации: практ. пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова – 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2013. – 208 с.
10. Китчен Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Китчен. – М. : Юнити-Дана, 2015.– 454 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546&sr=1>>.
11. Михайлов Ю.М. Связи с общественностью по-русски [Электронный ресурс] / Ю.М. Михайлов.– М. : Директ-Медиа, 2014.– 306 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694&sr=1>>.
12. Терелецкова Е. В. Теория управления [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. В. Терелецкова, О. Н. Юлдашева ; БашГУ. – Уфа : РИЦ БашГУ, 2012.–<URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/TereleckovaTeor.Uprav.UchPos.2012.pdf>>.
13. Постовская Я. А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы [Электронный ресурс] / Я. А. Постовская. Москва: Лаборатория книги, 2010. – 165 с. – Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online".<URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295>>.
14. Булатова С. Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие /С. Н. Булатова.– Кемерово, 2012. – 80 с. – Доступ к тексту электронного

- издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". <URL:[http:// biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=227790&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=227790&sr=1)>.
15. Методические указания по подготовке курсовых работ для студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» [Электронный ресурс] / Башкирский государственный университет; сост. Г.Р. Гарипова; Р.Р. Сулейманова; А.В. Силиванец.– Уфа: РИЦ БашГУ, 2017. – Электрон. версия печ. публикации. – Доступ возможен через ЭБС БашГУ.– <URL:https://elib.bashedu.ru/dl/local/Garipova_Sulejmanova_Silivanec_sost_MU_po_podgotovke_KR_dlja_RiSO_mu_2017.pdf>.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;
- <http://pr.web-3.ru>;
- <http://www.e-xecutive.ru>;
- <http://www.piar.ru>;
- <http://pr-info.ru>;
- <http://pr-life.ru>;
- <http://www.raso.ru>;
- <http://www.soob.ru>;
- <http://www.prnews.ru>;
- <http://www.rwr.ru>;
- <http://studlib.com/>.

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Лекции	Аудитория № 407 Учебная мебель, доска
<i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Практические занятия	Аудитория № 319 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.

<p>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 407 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>Индивидуальные и групповые консультации,</p> <p>Промежуточная аттестация</p>	<p>Аудитория № 319 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.</p> <p>Аудитория № 407 Учебная мебель, доска.</p> <p>Учебная аудитория 419 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок (15 штук). По: 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г</p>
<p>помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса 3/4).</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Читальный зал №5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>

Рейтинг-план дисциплины
Деловое общение в PR-практике

Специальность «Реклама и связи с общественностью»

курс _____ 1 _____, семестр _____ 1 _____ 2022/2023 гг.

Количество часов по учебному плану – 324, в том числе аудиторная работа – 118

самостоятельная работа –148,6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Теоретические и методические аспекты делового общения				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	5	2		10
2. Работа на семинарских занятиях	5	3		15
Рубежный контроль				
1. Письменная творческая работа	25	1		25
Модуль 2. Психологические основы делового общения				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	5	2		10
2. Работа на семинарских занятиях	5	3		15
Рубежный контроль				
1. Тестовые задания	1			25
Поощрительные баллы				
1. Публикация статей в научных сборниках				10
Посещаемость				
1. Посещение лекционных занятий				-6
2. Посещение семинарских занятий				-10
Итоговый контроль				
1. Зачет				

Рейтинг-план дисциплины
Деловое общение в PR-практике

Специальность «Реклама и связи с общественностью»

курс 1, семестр 2 2022/2023 гг.

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 3. Этические аспекты делового общения в PR-практике				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	5	2	0	10
2. Работа на семинарских занятиях	5	2	0	10
Рубежный контроль				
1 Тестовые задания	15	1	1	15
Модуль 4. Деловая риторика. Коммуникативный аспект делового общения				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	5	2	0	10
2. Работа на семинарских занятиях	5	2	0	10
Рубежный контроль				
1. Тестовые задания	15		1	15
Поощрительные баллы				
1. Публикация статей в научных сборниках				10
Посещаемость				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение семинарских занятий			0	-10
Итоговый контроль				
1. Экзамен, курсовая работа				30

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
 ФГБОУ ВО «УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»
 ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
 дисциплины «Деловое общение в PR-практике» на 1 и 2 семестры
очная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (з.е. / часов)	324/9
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	121,4
лекций	50
семинарских	68
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	3,4
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	148,6
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	54

Формы контроля:

Зачет – 1 семестр. Экзамен – 2 семестр.

В том числе: курсовая работа в 2 семестре.

№ П/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов (лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа)	Количество часов аудиторской работы	Основная и дополнительная литература, рекомендуемая обучающимся (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе с указанием литературы, номеров задач	Количество часов самостоятельной работы	Формы контроля самостоятельной работы (коллоквиумы, контрольные работы, тесты и т.п.)
1	2	3	4	5	6	7	8
МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ							
1.	<p><u>Тема 1.</u> Объект и предмет науки «Деловое общение».</p> <p>1. Понятие, функции и специфика делового общения как вида социальной коммуникации.</p> <p>2. Структурные компоненты делового общения: основные виды и средства делового общения. Жанровые разновидности письменного и устного общения.</p> <p>3. Формы и методы делового общения. Кибернетические модели делового общения в PR-практике.</p> <p>4. Деловое общение как особая область научного знания.</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<p>Основная литература: 4–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: чтение, анализ и тезирование книги «Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично», автор Дейл Карнеги.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки БашГУ</p> <p>Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы, подготовка конспекта лекций, выступление по вопросам к семинарским занятиям</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради;</p> <p>3) практические задания по учебному пособию Сулеймановой Р.Р. «Деловое общение в PR-практике». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – С. 7-29. творческая работа</p>

2.	<p><u>Тема 2.</u> Деловое общение как форма воспроизводства современной информационной среды.</p> <p>1.Связи с общественностью как система формирования гармоничных коммуникаций организации с ее целевыми аудиториями.</p> <p>2. Деловое общение – ключевой элемент связей с общественностью.</p> <p>3. Современные методы эффективного делового общения.</p> <p>4. Деловое общение и управление им. Технологии делового общения.</p>	ЛК/ПЗ	4/4	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–15</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: чтение и анализ книги «Карьера менеджера», автор Ли Якокка.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы, подготовка конспекта лекций, выступление по вопросам к семинарским занятиям</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради;</p>
3.	<p><u>Тема 3.</u> PR-специалист как субъект коммуникации.</p> <p>1. Культура речи делового общения и ее слагаемые.</p> <p>2.Понятие «речевая культура». Ортология. Кодифицированные нормы языка деловой коммуникации. Типы речевых культур. Взаимодействие внутринациональных речевых культур.</p> <p>3. Коммуникативный аспект культуры речи PR-специалиста, принципы речевого поведения.</p> <p>4. Этический аспект культуры</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<p>Основная литература: 1–3</p> <p>Дополнительная литература: 6–11</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: продумать текст на 1 минуту, 100-110 слов.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы, подготовка конспекта лекций</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради;</p> <p>3) подбор материала для курсовой работы.</p>

	<p>речи PR-специалиста. 5. Специалист по связям с общественностью как коммуникативная личность. Коммуникативная компетентность PR-специалиста как языковой личности.</p>						
4.	<p><u>Тема 4.</u> Культура речи и принципы речевого поведения PR-специалиста. 1. Понятие «речевое поведение». Директивные речевые акты. Теория Г.П. Грайса о принципах поведения. Внутривидовая деятельность в распределении социальных ролей. 2. Речевая ситуация и ее составляющие. Понятие «речевая ситуация». Лингвопрагматические основы речевой ситуации. Общая модель речевой ситуации. Ролевые и коммуникативные отношения. Приоритетные принципы общения. Особенности речевых ситуаций в сфере деловых коммуникаций.</p>	ЛК/ПЗ	6/6	<p>Основная литература: 1–5 Дополнительная литература: 6–15</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме. 2. Практическое задание: чтение и анализ книги «Логика и речевое общение» // Новое в зарубежной лингвистике, автор Герберт Пол Грайс. 3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы, подготовка конспекта лекций 2) проверка заданий в рабочей тетради; 3) подбор материала для курсовой работы, творческой работы.</p>

5.	<p><u>Тема 5.</u> Официально-деловой стиль – язык документов.</p> <p>1.История формирования делового стиля. Реформы делопроизводства.</p> <p>Формирование кодифицированного языка.</p> <p>Унификация языка документов. Стандартизация, типизация документов.</p> <p>2.Основные жанры письменной деловой речи. Договоры. Деловые письма. Организационно-распорядительная документация.</p> <p>3.Основные черты официально-делового стиля. Высокая терминованность. Номенклатурная лексика. Формально-логический тип текстовой организации. Рубрикация.</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–10</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: составление резюме; чтение и анализ книги «Новые правила деловой переписки», авторы Людмила Сарычева и Максим Ильяхов.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p> <p>4. Подготовить стандарты делового письма с использованием языковых формул.</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы, выступление по вопросам к семинарским занятиям</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) подбор материала для курсовой работы.</p>
МОДУЛЬ 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ							
6.	<p><u>Тема 6.</u> Социально - психологические процессы делового общения: содержание и динамика.</p> <p>1. Фундаментальные теории: структурализм,</p>	ЛК/ПЗ	4/4	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература:</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: чтение и анализ книги «7 навыков</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы,</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради,</p> <p>3) составление глоссария,</p>

	<p>бихевиоризм, необихевиоризм, когнитивная психология, гештальтпсихология, социальная психология.</p> <p>2. Типы темпераментов. Сенсорные типы. Инсайт. Визуальный, аудиальный, кинестический типы.</p> <p>3. Психогеометрическая типология (по Сьюзену Деллингеру) в практике делового общения.</p> <p>4. Конфликты. Способы погашения конфликтных ситуаций.</p>			6–15	<p>высокоэффективных людей», автор Стивен Кови.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>		<p>выбор ключевых понятий, по учебному пособию Сулеймановой Р.Р. «Деловое общение в PR-практике». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – С. 34-51.</p>
7.	<p><u>Тема 7.</u> Психологические характеристики деловых партнеров.</p> <p>1. Способности в деловом общении.</p> <p>2. Эмоции и темперамент в деловом общении. Мотивации в деловом общении.</p> <p>3. Многомерность личности делового партнера. Психические функции деловых партнеров в процессе коммуникации. Экстраверсия и интроверсия в деловом общении.</p> <p>4. Психологическая защита в деловом общении: защитные механизмы.</p>	ЛК/ПЗ	4/4	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–15</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: чтение и анализ книги «Харизма лидера», автор Радислав Гандапас.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы, выступление по вопросам к семинарским занятиям</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) тестирование</p>

8.	<p><u>Тема 8.</u> Технологии делового общения.</p> <p>1. Системная модель технологий делового общения.</p> <p>2. Перцептивно-когнитивные технологии.</p> <p>3. Информационно-коммуникативные технологии.</p> <p>4. Конативные технологии.</p> <p>5. Манипулятивные технологии.</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<p>Основная литература: Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–14</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: чтение и анализ книги «Говори как бог», автор Ксения Чернова.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) подготовка к тестированию</p>
МОДУЛЬ 3. ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В PR-ПРАКТИКЕ							
9.	<p><u>Тема 9.</u> Коммуникативная культура делового общения.</p> <p>1. Деловой этикет. Этика делового общения. Искусство делового общения как основного элемента связей с общественностью. Культура поведения PR-специалиста.</p> <p>2. Предмет и функции речевого этикета в деловом общении, его национальный характер.</p> <p>3. Обстановка общения и этикетные формулы. Ты- и</p>	ЛК/ПЗ	4/8	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–15</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: чтение и анализ книги «Без обид! Как эмоциональный интеллект помогает общаться с коллегами и руководством», авторы Молли Вест Даффи, Лиз Фосслиен.</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) составление глоссария, выбор ключевых понятий, по учебному пособию Сулеймановой Р.Р. «Деловое общение в PR-практике». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – С.67- 89.</p> <p>4) курсовая работа</p>

	<p>Вы-общение. Этикет и социальный статус адресата. Система обращений. Церемонии и этикетные тексты. Этикетная модуляция речи. Этикет делового письма. Этикет телефонного разговора.</p>				<p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>		
10.	<p><u>Тема 10.</u> Стиль делового общения: коммуникативные барьеры.</p> <p>1. Система методов и приемов эффективного воздействия на деловых партнеров. Деловой стиль.</p> <p>2. Комплимент как эффективное средство делового общения. Правила комплиментов в практике делового общения.</p> <p>3. Критика как важнейший компонент культуры профессионального общения PR-специалиста. Конструктивная критика. Неудачная критика. Основные правила конструктивной критики. Эффективные приемы критических оценок.</p> <p>4. Визитная карточка как форма эффективного делового общения. Виды и формы</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–15</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: чтение и анализ книги «Правила делового общения. 33 «нельзя» и 33 «можно»», автор Нина Зверева.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради, подготовка к тестированию</p> <p>3) устная беседа по темам курсовой работы</p>

	визитных карточек. Практические советы и рекомендации						
МОДУЛЬ 4. ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА. КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ							
11.	<p><u>Тема 11.</u> Предмет и задачи деловой риторики.</p> <p>1. Современная риторика и ее законы. Принцип кооперации. Правила смены коммуникативных ролей в диалогической речи. Принцип Поллианы. Закон ориентации речи на адресата. Закон продвижения к цели и ориентации адресата речи. Закон о действенности речи.</p> <p>2. Структура речевого акта и речевая стратегия. Законы речевого поведения: концептуальный закон, закон моделирования аудитории, стратегический закон, тактический закон, закон словесно-речевого выражения, закон эффективного общения, системно-аналитический закон).</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–15</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Практическое задание: круглый стол; чтение и анализ книги «К выступлению готов. Презентационный конструктор», автор Радислав Гандапас.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	12	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) обсуждение курсовой работы</p>

12.	<p><u>Тема 12.</u> Виды делового общения в PR-практике.</p> <p>1. Деловые переговоры. Классификация переговоров. Этапы переговорного процесса и законы риторики. Речевая стратегия и способы ее вербальной реализации. Стратегии, методы и тактики ведения переговоров. Взаимодействие тактик. Виды слушания. Принципы эффективного слушания.</p> <p>2. Специфика жанра телефонного делового разговора. Санкционированный/несанкционированный телефонный звонок. Виды. Правила общения.</p> <p>3. Презентация как разновидность делового общения. Презентационная речь как разновидность публичной речи. Принципы публичного выступления. Стилистические приемы и риторические фигуры ораторской речи.</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме. Практическое задание: Деловая игра «Переговоры», деловая игра «Презентация».</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	16,6	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) рубежный контроль</p>
-----	--	-------	-----	--	--	------	---

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
дисциплины «Деловое общение в PR-практике» на 1 семестр
заочная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (з.е. / часов)	324/9
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	31,4
лекций	12
семинарских	16
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	3,4
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	279,6
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	13

Формы контроля:

Контрольная работа – 1 семестр. Экзамен – 1 семестр.

В том числе: курсовая работа в 1 семестре.

№ П/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов (лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа)	Количество часов аудиторской работы	Основная и дополнительная литература, рекомендуемая обучающимся (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе с указанием литературы, номеров задач	Количество часов самостоятельной работы	Формы контроля самостоятельной работы (коллоквиумы, контрольные работы, тесты и т.п.)
1	2	3	4	5	6	7	8
МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ							
1.	<p><u>Тема 1.</u> Объект и предмет науки «Деловое общение».</p> <p>1. Понятие, функции и специфика делового общения как вида социальной коммуникации.</p> <p>2. Структурные компоненты делового общения: основные виды и средства делового общения. Жанровые разновидности письменного и устного общения.</p> <p>3. Формы и методы делового общения. Кибернетические модели делового общения в PR-практике.</p> <p>4. Деловое общение как особая область научного знания.</p>	ЛК/ПЗ	2/2	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) составление глоссария, выбор ключевых понятий, по учебному пособию Сулеймановой Р.Р. «Деловое общение в PR-практике». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – С. 7-29.</p> <p>4) контрольная работа</p>

2.	<p><u>Тема 2.</u> Деловое общение как форма воспроизводства современной информационной среды.</p> <p>1.Связи с общественностью как система формирования гармоничных коммуникаций организации с ее целевыми аудиториями.</p> <p>2. Деловое общение – ключевой элемент связей с общественностью.</p> <p>3. Современные методы эффективного делового общения.</p> <p>4. Деловое общение и управление им. Технологии делового общения.</p>	ЛК/ПЗ	0/2	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки.</p> <p>Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) подготовка к курсовой работе</p>
3.	<p><u>Тема 3.</u> PR-специалист как субъект коммуникации.</p> <p>1. Культура речи делового общения и ее слагаемые.</p> <p>2.Понятие «речевая культура». Ортология. Кодифицированные нормы языка деловой коммуникации. Типы речевых культур. Взаимодействие внутринациональных речевых культур.</p> <p>3. Коммуникативный аспект культуры речи PR-специалиста, принципы речевого поведения.</p>	ЛК/ПЗ	2/0	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки.</p> <p>Использование Интернет-ресурсов,</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) подготовка к курсовой работе</p>

	<p>4. Этический аспект культуры речи PR-специалиста.</p> <p>5. Специалист по связям с общественностью как коммуникативная личность. Коммуникативная компетентность PR-специалиста как языковой личности.</p>				связанных с дисциплиной.		
4.	<p><u>Тема 4.</u> Культура речи и принципы речевого поведения PR–специалиста.</p> <p>1. Понятие «речевое поведение». Директивные речевые акты. Теория Г.П. Грайса о принципах поведения. Внутривидовая деятельность в распределении социальных ролей.</p> <p>2. Речевая ситуация и ее составляющие. Понятие «речевая ситуация». Лингвопрагматические основы речевой ситуации. Общая модель речевой ситуации. Ролевые и коммуникативные отношения. Приоритетные принципы общения. Особенности речевых ситуаций в сфере деловых коммуникаций.</p>	ЛК/ПЗ	0/2	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) творческая работа</p>

5.	<p><u>Тема 5.</u> Официально-деловой стиль – язык документов.</p> <p>1.История формирования делового стиля. Реформы делопроизводства.</p> <p>Формирование кодифицированного языка.</p> <p>Унификация языка документов. Стандартизация, типизация документов.</p> <p>2.Основные жанры письменной деловой речи. Договоры. Деловые письма. Организационно-распорядительная документация.</p> <p>3.Основные черты официально-делового стиля. Высокая терминованность. Номенклатурная лексика. Формально-логический тип текстовой организации. Рубрикация.</p>	ЛК/ПЗ	0/2	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки.</p> <p>Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p> <p>4. Подготовить стандарты делового письма с использованием языковых формул.</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) обсуждение курсовой работы</p>
МОДУЛЬ 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ							
6.	<p><u>Тема 6.</u> Социально - психологические процессы делового общения: содержание и динамика.</p> <p>1. Фундаментальные теории: структурализм, бихевиоризм, необихевиоризм, когнитивная психология, гештальтпсихология,</p>	ЛК/ПЗ	2/0	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий,</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) составление глоссария, выбор ключевых понятий, по учебному пособию Сулеймановой Р.Р. «Деловое общение в</p>

	<p>социальная психология.</p> <p>2. Типы темпераментов. Сенсорные типы. Инсайт. Визуальный, аудиальный, кинестический типы.</p> <p>3. Психометрическая типология (по Сьюзену Деллингеру) в практике делового общения.</p> <p>4. Конфликты. Способы погашения конфликтных ситуаций.</p>				<p>включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>		<p>PR-практике». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – С. 34-51.</p>
7.	<p><u>Тема 7.</u> Психологические характеристики деловых партнеров.</p> <p>1. Способности в деловом общении.</p> <p>2. Эмоции и темперамент в деловом общении. Мотивации в деловом общении.</p> <p>3. Многомерность личности делового партнера. Психические функции деловых партнеров в процессе коммуникации. Экстраверсия и интроверсия в деловом общении.</p> <p>4. Психологическая защита в деловом общении: защитные механизмы.</p>	ЛК/ПЗ	0/2	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) тестирование</p>
8.	<p><u>Тема 8.</u> Технологии делового общения.</p> <p>1. Системная модель</p>	ЛК/ПЗ	2/0	<p>Основная литература: 1–5</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2.</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p>

	<p>технологий делового общения.</p> <p>2. Перцептивно-когнитивные технологии.</p> <p>3. Информационно-коммуникативные технологии.</p> <p>4. Конативные технологии.</p> <p>5. Манипулятивные технологии.</p>			<p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки.</p> <p>Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>		<p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) обсуждение курсовой работы</p> <p>4) подготовка к семинарским занятиям</p>
<p>МОДУЛЬ 3. ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В PR-ПРАКТИКЕ</p>							
9.	<p><u>Тема 9.</u> Коммуникативная культура делового общения.</p> <p>1. Деловой этикет. Этика делового общения. Искусство делового общения как основного элемента связей с общественностью. Культура поведения PR-специалиста.</p> <p>2. Предмет и функции речевого этикета в деловом общении, его национальный характер.</p> <p>3. Обстановка общения и этикетные формулы. Ты- и Вы-общение. Этикет и социальный статус адресата. Система обращений.</p>	ЛК/ПЗ	2/2	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки.</p> <p>Использование Интернет-ресурсов,</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) составление глоссария, выбор ключевых понятий, по учебному пособию Сулеймановой Р.Р. «Деловое общение в PR-практике». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – С.67- 89.</p>

	Церемонии и этикетные тексты. Этикетная модуляция речи. Этикет делового письма. Этикет телефонного разговора.				связанных с дисциплиной.		
10.	<p><u>Тема 10.</u> Стиль делового общения: коммуникативные барьеры.</p> <p>1. Система методов и приемов эффективного воздействия на деловых партнеров. Деловой стиль.</p> <p>2. Compliment как эффективное средство делового общения. Правила комплиментов в практике делового общения.</p> <p>3. Критика как важнейший компонент культуры профессионального общения PR-специалиста. Конструктивная критика. Неудачная критика. Основные правила конструктивной критики. Эффективные приемы критических оценок.</p> <p>4. Визитная карточка как форма эффективного делового общения. Виды и формы визитных карточек. Практические советы и рекомендации.</p>	ЛК/ПЗ	0/2	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) творческая работа</p> <p>4) подготовка к семинарским занятиям</p>

МОДУЛЬ 4. ДЕЛОВАЯ РИТОРИКА. КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

11.	<p><u>Тема 11.</u> Предмет и задачи деловой риторики.</p> <p>1. Современная риторика и ее законы. Принцип кооперации. Правила смены коммуникативных ролей в диалогической речи. Принцип Поллианы. Закон ориентации речи на адресата. Закон продвижения к цели и ориентации адресата речи. Закон о действенности речи.</p> <p>2. Структура речевого акта и речевая стратегия. Законы речевого поведения: концептуальный закон, закон моделирования аудитории, стратегический закон, тактический закон, закон словесно-речевого выражения, закон эффективного общения, системно-аналитический закон).</p>	ЛК/ПЗ	0/2	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	22	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) подготовка к семинарским занятиям</p>
12.	<p><u>Тема 12.</u> Виды делового общения в PR-практике.</p> <p>1. Деловые переговоры. Классификация переговоров. Этапы переговорного процесса и законы риторики. Речевая стратегия и способы ее вербальной реализации.</p>	ЛК/ПЗ	2/0	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–12</p>	<p>11. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка</p>	37.6	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) подведение итогов по курсовой работе, отзыв</p> <p>4) тестирование</p>

	<p>Стратегии, методы и тактики ведения переговоров. Взаимодействие тактик. Виды слушания. Принципы эффективного слушания.</p> <p>2. Специфика жанра телефонного делового разговора. Санкционированный/несанкционированный телефонный звонок. Виды. Правила общения.</p> <p>3. Презентация как разновидность делового общения. Презентационная речь как разновидность публичной речи. Принципы публичного выступления. Стилистические приемы и риторические фигуры ораторской речи.</p>				<p>конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--