


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол №11 от «18» июня 2018 г.

И.о. зав. кафедрой  /Л.А. Иткулова

Согласовано:
Председатель УМК факультета

 / З.Н. Хабибуллина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)


Дисциплина «Деловое общение в PR-практике»
Вариативная часть

Направление подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Коммуникационный менеджмент

Квалификация
бакалавр

Для приема: 2018 г.

Разработчик (составитель) канд. филос. наук, доцент Р.Р. Сулейманова	 /Р.Р. Сулейманова
---	--

Уфа, 2018 г.

Составитель: Сулейманова Римма Рифхатовна, кандидат философских наук, доцент

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № 11 от «18» июня 2018 г.

И. о. зав. кафедрой  / Л.А. Иткулова

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	6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
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	6
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	12
4.3. Рейтинг-план дисциплины (Приложение № 1)	14 (30)
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	26
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	26
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	28
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	29
Приложение № 2	
Приложение № 3	

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:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	об основных нормах современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и системе функциональных стилей русского языка	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК–5);	
	об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК – 1)	
Умения	пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет»; использовать иностранный язык для выражения мнения и мыслей в межличностном и деловом общении, извлекать информацию из аутентичных текстов	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК–5);	

	<p>уметь планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия;</p> <p>осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности</p>	<p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК – 1)</p>	
<p>Владения (навыки/опыт деятельности)</p>	<p>навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»;</p>	<p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК–5);</p>	
	<p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	<p>способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК – 1)</p>	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловое общение в PR-практике» относится к вариативной части.

Дисциплина 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 риторике;
- 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 № 1.

Содержание рабочей программы по заочной форме представлено в Приложении № 2.

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: **ОК-5** – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)

	компетенций)				
Первый этап (уровень)	Знать: основные нормы современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и систему функциональных стилей русского языка в ее динамике	Не основные нормы современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и систему функциональных стилей русского языка в ее динамике	Сформированы фрагментарные знания и представления об основных нормах современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и системе функциональных стилей русского языка в ее динамике	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в знаниях об основных нормах современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и системе функциональных стилей русского языка в ее динамике	Сформированы комплексные и систематические представления об основных нормах современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и системе функциональных стилей русского языка в ее динамике
Второй этап (уровень)	Уметь: пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет»; использовать иностранный язык для выражения мнения и	Не сформированы умения применять и пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет»; использовать иностранный	Сформированы умения применять и пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет»; использовать иностранный язык для	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении применять и пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет»; использовать иностранный язык для	Сформированы на высоком уровне умения реализовывать, применять и пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами

	мыслей в межличностном и деловом общении, извлекать информацию из аутентичных текстов	язык для выражения мнения и мыслей в межличностном и деловом общении, извлекать информацию из аутентичных текстов	выражения мнения и мыслей в межличностном и деловом общении, извлекать информацию из аутентичных текстов	основными сайтами поддержки грамотности и в сети «Интернет»; использовать иностранный язык для выражения мнения и мыслей в межличностном и деловом общении, извлекать информацию из аутентичных текстов	поддержки грамотности в сети «Интернет»; использовать иностранный язык для выражения мнения и мыслей в межличностном и деловом общении, извлекать информацию из аутентичных текстов
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»; навыками монологической и диалогической речи для	Отсутствуют навыки создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»; навыками монологической и	Сформированы простейшие навыки создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»; навыками монологическ	Сформированы на базовом уровне навыки создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с	Сформированы на высоком уровне навыки создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с

	участия в диалогах и ситуациях на знакомую / интересующую тему без предварительной подготовки, а также навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста по проблемам различного характера	диалогической речи для участия в диалогах и ситуациях на знакомую / интересующую тему без предварительной подготовки, а также навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста по проблемам различного характера	ой и диалогической речи для участия в диалогах и ситуациях на знакомую / интересующую тему без предварительной подготовки, а также навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста по проблемам различного характера	«Реклама и связи с общественностью»; навыками монологической и диалогической речи для участия в диалогах и ситуациях на знакомую / интересующую тему без предварительной подготовки, а также навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста по проблемам различного характера	общественностью»; навыками монологической и диалогической речи для участия в диалогах и ситуациях на знакомую / интересующую тему без предварительной подготовки, а также навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста по проблемам различного характера
--	---	--	---	---	--

Код и формулировка компетенции: **ПК - 1** – способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый	Знать: об	Не	Сформированы	Сформирована	Сформир

этап (уровень)	управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	сформированы знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	фрагментарные знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	ны, но содержатся отдельные пробелы в знаниях об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы, функции сотрудников различного должностного статуса, основы проектной деятельности	ованы комплексные и систематические знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; базовые принципы формирования организационной структуры рекламного агентства/департамента по связям с общественностью/пресс-службы и
Второй этап (уровень)	Уметь: уметь планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное планирование и оперативный	Не сформированы умения планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять	Сформированы начальные умения планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетингов	Сформированы на высоком уровне умения планировать и проводить рекламные, имидже

	контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок	оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок	планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок	ые мероприятия осуществляют оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок	ые компании и маркетинговые мероприятия. осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации
Третий этап (уровень)	Владеть: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы,	Отсутствуют навыки принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль	Сформированы простейшие навыки принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной	Сформированы на базовом уровне навыки принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации,	Сформированы на высоком уровне навыки принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и

	деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	рекламной работы, деятельности по связям с общественностью	работы, деятельности по связям с общественностью	осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельность по связям с общественностью	организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
--	--	--	--	---	--

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).

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

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знания об основных нормах современного русского языка (орфографических, пунктуационных, грамматических, стилистических, орфоэпических) и системе	ОК–5, ПК –1	Творческая работа, контрольная работа, выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>функциональных стилей русского языка</p> <p>2. Знания об основных принципах и специфике функционирования отделов рекламы и отделов связей с общественностью; основных методах и инструментах организации рекламного дела</p>		
<p>2-й этап</p> <p>Умения</p>	<p>1. Пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка; основными сайтами поддержки грамотности в сети «Интернет»; использовать иностранный язык для выражения мнения и мыслей в межличностном и деловом общении, извлекать информацию из аутентичных текстов.</p> <p>2. Уметь планировать и проводить рекламные, имиджевые компании и маркетинговые мероприятия; осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности</p>	ОК–5, ПК –1	<p>Выступление по вопросам к семинарским занятиям, творческая работа, контрольная работа, тестирование</p>
<p>3-й этап</p> <p>Владеть навыками</p>	<p>1. Навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного</p>	ОК–5, ПК –1	<p>Выступление по вопросам к семинарским занятиям, контрольная работа, творческая работа,</p>

	<p>характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»</p> <p>2. Способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		<p>тестирование, курсовая работа</p>

Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в Приложении № 1.

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. Психометрическая 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. Комплименты 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 «Башкирский государственный университет»
Факультет философии и социологии
Кафедра этики, культурологии 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 № 11 от «18» июня 2018 г.

И.о. зав. кафедрой _____

Л.А. Иткулова

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 СЕМИНАРОВ

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.

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.

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.

Коммуникативная

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

1.Понятие «речевое поведение». Директивные речевые акты. Теория Г.П. Грайса о принципах поведения. Внутрискрупулярная 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.

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.

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.

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.

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.

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.

Тема 10. Стил ь делового общения: коммуникативные барьеры.

1. Система методов и приемов эффективного воздействия на деловых партнеров. Деловой стиль.
2. Комплимент 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

Модуль 4. Деловая риторика. Коммуникативный аспект делового общения

Тема 11. Предмет и задачи деловой рит орики.

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).

Тема 12. Виды делового общения в PR-практике.

1. Деловые переговоры. Классификация переговоров. Этапы переговорного процесса и законы рит орики. 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.

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 делового общения PR-специалиста.
3. Профессиональный язык деловой личности.
4. Культура устной и письменной речи делового человека.
5. Культура делового общения и официальной переписки.
6. Межнациональные особенности ведения деловых переговоров: социокультурный аспект.
7. Национальные особенности делового общения.
8. Корпоративная культура делового общения.
9. Особенности делового этикета в международном общении.
10. Риторика делового общения.
11. Имидж как предмет делового общения.
12. Психологическая культура делового общения.
13. Психологические аспекты делового общения.
14. Проблема конфликта в деловом общении.
15. Профессиональная этика делового общения.
16. Деловое общение в работе PR-специалиста.
17. Этика делового общения традиционного общества.
18. Этика делового общения в учении Конфуция.
19. Этика делового общения в западноевропейской культуре.
20. Этика делового общения.
21. Основные виды делового общения.
22. Презентация как разновидность делового общения.
23. Переговоры как разновидность делового общения.
24. Культура оформления документов в деловом общении.
25. Деловое общение как форма межличностных отношений.
26. Вербальные и невербальные виды делового общения.
27. Телефонный разговор как разновидность делового общения.
28. Визитные карточки в деловом общении.
29. Значение письменного делового общения в системе деловых отношений.
30. Приемы использования правил убеждения в практике делового общения.
31. Деловое общение и управление им.
32. Деловое общение: понятие и структура.
33. Социально-психологические процессы делового общения: содержание и динамика.
34. Технологии делового общения.
35. Типы речевых культур в деловом общении.
36. Деловая риторика. Коммуникативный аспект делового общения.
37. Речевой этикет в деловом общении.
38. Психология и этика делового общения.
39. Стрессы. Стрессоустойчивость в процессе делового общения.
40. Фэн-шуй в практике делового общения.
41. Деловое общение и его особенности.
42. Деловые письма как особый тип документов.

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 идет 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. Современная политическая лексика: способы выражения экспрессивности на материалах СМИ.
2. Психолингвистика слоганов в рекламе парфюмерии.
3. Языковые средства выражения восприятия в деловом общении.

4. Стратегии речевого поведения в деловом общении.
5. Фразеология в аспекте речевого поведения языковой личности в процессе делового общения.
6. Заголовок в рекламе.
7. Названия эстрадных групп как отражение молодежного менталитета.
8. Современные тенденции в сфере имен собственных (на материале наименований продуктов питания – «Моя семья», «Мечта хозяйки», «Курочка ряба»).
9. Способы привлечения аудитории в названиях телепередач.
10. Лингвистическая природа молодежного жаргона.
11. Вторичная номинация (на материале названий объектов обслуживания: ресторанов, кафе, гостиниц и т.д.).
12. Речевые ошибки в теле- и радио текстах (по материалам местных ТВ передач).
13. Современные тенденции в сфере имен собственных (на материале наименований алкогольных и безалкогольных напитков в русском языке).
14. Коммуникативно-семантическое поле спонтанного публицистического текста (на материале радиотекста /ТВ-текста).
15. Концептосфера слова (студент выбирает любое слово).

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://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> 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: www.bashlib.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. Центр, 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>.
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:

- Windows 8 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
- Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
- Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г
- Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.
- Windows 10. Предустановленная. Бессрочная. №004 от 19.03.2019 г.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;
- <http://pr.web-3.ru>;
- <http://www.e-executive.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 специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	2	3
<p>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 325 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 325 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 325 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>5. Помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла</p>	<p>Аудитория № 325 Учебная мебель, доска.</p> <p>Аудитория № 406 Учебная мебель, доска.</p> <p>Учебная аудитория 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок (15 штук).</p> <p>Читальный зал №5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>	<p>ПО:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Windows 8 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. – Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. – Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г - Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные. - Windows 10. Предустановленная. Бессрочная. №004 от 19.03.2019 г.

Рейтинг-план дисциплины

Деловое общение в PR-практике

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

специальность «Реклама и связи с общественностью»

курс _____ 1 _____, семестр _____ 1 _____ 2018/2019 гг.

Количество часов по учебному плану – 288, в том числе аудиторная работа – 118

самостоятельная работа –131,8

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

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

специальность «Реклама и связи с общественностью»

курс _____ 1 _____, семестр _____ 2 _____ 2018/2019 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 «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
 ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
 дисциплины «Деловое общение в PR-практике»
 – на 1 и 2 семестры очной формы обучения;

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	288/8
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	121,4
лекций	50
практических/ 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)	131,8
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	34,8

Форма контроля по очной форме обучения:
 Зачет – 1 семестр. Экзамен – 2 семестр.
 В том числе: курсовая работа в 2 семестре.

№ П/№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов (лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа)	Количество часов аудиторной 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. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки БашГУ</p> <p>Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>	8	<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. 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>	6	<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>	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. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий, включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов,</p>	6	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы, подготовка конспекта лекций</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради; творческая работа</p> <p>3) подбор материала для курсовой работы.</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	6/6	<p>Основная литература: 1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–15</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>	6	<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, 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. 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>	6	<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, бихевиоризм, необихевиоризм, когнитивная психология, гештальтпсихология,</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. Конспектирование основной и дополнительной литературы.</p> <p>3. Проработка конспектов лекций, учебных пособий,</p>	6	<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. Психогеометрическая типология (по Сьюзену Деллингеру) в практике делового общения.</p> <p>4. Конфликты. Способы погашения конфликтных ситуаций.</p>				<p>включая электронные учебники из библиотеки.</p> <p>Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>		<p>PR-практике». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – С. 34-51.</p>
77.	<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. 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>	8	<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</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<p>Основная литература:</p> <p>Основная литература:</p>	<p>1. Изучение вопросов по теме.</p> <p>2. Конспектирование</p>	8	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в</p>

	<p>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>1–5</p> <p>Дополнительная литература: 6–14</p>	<p>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>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 Вы-общение. Этикет и социальный статус адресата. Система обращений. Церемонии и этикетные тексты. Этикетная модуляция</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. 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) 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>

	речи. Этикет делового письма. Этикет телефонного разговора.						
10.	<p>Тема 10. Стил ь 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 визитных карточек. Практические советы и рекомендации</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. 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>	20	<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>
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. 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>	18	<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.</p>	ЛК/ПЗ	4/6	<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 конспектов лекций, учебных пособий,</p>	18	<p>1) проверка конспектов научной и учебной литературы</p> <p>2) проверка заданий в рабочей тетради</p> <p>3) рубежный контроль</p>

	<p>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>включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>		
--	---	--	--	--	--	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
дисциплины «Деловое общение в PR-практике»
– на 1 и 2 семестры заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	288/8
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	29,9
лекций	12
практических/ семинарских	16
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,9
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	247
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	11,6

Форма контроля по заочной форме обучения:

Зачет, контрольная работа – 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	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>	16	<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>	16	<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>	16	<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>	16	<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>	16	<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>	14	<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. Психогеометрическая 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>	16	<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>	16	<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>
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 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>	28	<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>	39	<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>	26	<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. Стратегии, методы и тактики ведения переговоров.</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 конспектов лекций, учебных пособий,</p>	26	<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>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>включая электронные учебники из библиотеки. Использование Интернет-ресурсов, связанных с дисциплиной.</p>		
--	---	--	--	--	--	--	--