

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» сентября » 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение

Закреплена за кафедрой Учебный план	<i>социальных коммуникаций Реклама и связи с общественностью, 42.03.01, Работа с социальными медиа</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>4 зач.ед.</i>
Часов по учебному плану	<i>144 час.</i>
в том числе:	
аудиторная контактная работа	<i>42,2 час.</i>
самостоятельная работа	<i>68,1 час.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах <i>экзамен</i>	<i>1 семестр</i>

Томск-2020

Программу составил: С.С. Носова, ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д.филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение» разработана в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол от 25.02.2019 г. №2)*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

протокол №1 от 03.09.2020 г.

Цель освоения дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение» состоит в ознакомлении студентов с основами устной и письменной деловой коммуникации; в способствовании овладения ими практическими навыками межличностного общения и публичного выступления.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата, входит в универсальный цикл ОПОП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ОПОП, как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: профессиональная этика», «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж», «Социальные медиа», «Стилистические особенности русского языка», «Основы конфликтологии», «Кризисные коммуникации», «Введение в имиджелогию», «Менеджмент профессиональной траектории».

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
<p>УК -4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>ИУК – 4.3 Демонстрирует умение применять различные приёмы самопрезентации в устной и письменной формах для достижения поставленных задач.</p>	<p>ОР- ИУК-4.3. Обучающийся сможет:</p> <p>4.3.1 осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной форме, ориентируясь на этические нормы и используя представления о структуре, видах, функциях и этапах взаимодействия в деловом общении.</p> <p>4.3.2 использовать соответствующие приемы, включая приемы психологического воздействия, для осуществления публичного делового общения и делового общения в письменной форме, ориентируясь на правила структурирования и визуализации в деловом общении.</p> <p>4.3.3 уметь выстраивать деловую коммуникацию в межличностном общении и в коллективе, используя приемы психологического характера.</p>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	1 семестр	
Общая трудоемкость		144
Контактная работа:	1	42,2
Лекции (Л):	1	10
Практические занятия (ПЗ)	1	14
Лабораторные работы (ЛР)	1	0
Семинарские занятия (СЗ)	1	14
Групповые консультации	1	2,3
Индивидуальные консультации	1	0
Промежуточная аттестация	1	0
Самостоятельная работа обучающегося:	1	68,1
- подготовка презентации с визуализацией	1	20
- выполнение творческого задания (написание текста для социальных медиа)	1	20
- изучение учебного материала, кейсов, публикаций (подготовка к участию в тренинге, к экзамену)	1	28,1
Вид промежуточной аттестации – экзамен	1	2,3

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Код (ы) результата(ов) обучения
Модуль 1. Деловое общение			1	8	24	
1.1.	Введение в дисциплину «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение»	Лекции			2	ОР- ИУК-4.3 4.3.1 осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной форме, ориентируясь на этические нормы и используя представления о структуре, видах, функциях и этапах взаимодействия в деловом общении. 4.3.2 использовать соответствующие приемы, включая приемы психологического воздействия, для осуществления публичного делового общения и делового общения в письменной форме, ориентируясь на правила структурирования и визуализации в деловом общении.
1.2.	Предпосылки появления, понятие и кодекс делового общения	Лекции		2	2	
1.3.	Структура, виды и функции делового общения	Лекции		2	2	
1.4.	Передача информации в деловом общении: этапы взаимодействия и роль слушания	Лекции		2	2	
1.5.	Психологическое воздействие в деловом общении и способы защиты	Лекции		2	2	
1.6.	Текущий контроль: публичное выступление (презентация кейсов)	семинары			4	
1.7.	Текущий контроль: визуализация презентации	семинары			6	
1.8.	Текущий контроль: подготовка текста для социальных медиа	семинары			4	
1.9.	Изучение учебного материала, кейсов, подготовка презентации, текста для социальных медиа	СРС			20	
Модуль 2. Коммуникативный тренинг			1		14	
2.1.	Эффективная коммуникация как показатель самоэффективности человека	Практики			4	ОР- ИУК-4.3 4.3.3 уметь выстраивать деловую коммуникацию в межличностном общении и в коллективе, используя приемы психологического характера.
2.2.	Умение работать в команде как важная составляющая самооценки личности	Практики			4	
2.3.	Умение работать с собственным эмоциональным состоянием как показатель самоэффективности.	Практики			2	
2.4.	Жизнетворчество личности	Практики			2	
2.5.	Текущий контроль: участие в тренинге	Практики			2	
2.6.	Изучение учебного материала, кейсов, публикаций, подготовка к участию в тренинге	СРС			12,1	
Итоговая аттестация		экзамен	1		2,3	ОР- ИУК-4.3 (4.3.1. – 4.3..3.)

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

При проведении курса «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение» активно используются лекции, тренинги, подготовка докладов, проектная работа, выполнение творческих заданий, написание реферата, анализ кейсов, участие в ролевой игре.

Самостоятельные работы включают в себя сбор, обработку, систематизацию и обобщение информации по предлагаемой теме. Выполняя данную работу, студенты повышают свое аналитическое мастерство в оценке качества предлагаемой информации, её релевантности изучаемой теме.

Лекционное занятие представляет собой устное изложение основного учебного материала.

Коммуникативные тренинги направлены на развитие коммуникативных навыков, навыков обмена информацией с другими членами команды и демонстрации профессиональных качеств в реальной коммуникативной ситуации.

Подготовка и представление докладов помогает развить аналитические навыки и навыки профессиональной самопрезентации.

Проектная работа ставит своей целью закрепить и проявить знания и навыки проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

Ролевая игра – способ моделирования социальной и психологической ситуации, вырабатывающий те или иные психологические и социальные навыки. Ролевая игра используется для проверки знаний, умений, навыков студента принимать решения в условиях смоделированной проблемной ситуации, связанной с планированием и оперативным контролем рекламной работы и деятельности по связям с общественностью.

Кейс-задача – проблемное задание, в котором студенту необходимо осмыслить некую профессиональную ситуацию и решить предлагаемую проблему. Студент самостоятельно формулирует цель, находит и собирает информацию, анализирует ее, выдвигает гипотезы, ищет варианты решения проблемы, формулирует выводы, обосновывает оптимальное решение ситуации.

Деловая игра – ситуационная задача, моделирующая работу рекламной службы или службы по связям с общественностью, помогающая раскрыть профессиональные навыки и умения студента, а также продемонстрировать социально ответственное поведение посредством соблюдения правовых норм профессиональной офлайн и онлайн деятельности.

Творческое задание связано с выявлением и формированием креативных способностей, необходимых для проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы и продвижения товаров и услуг на рынок.

Написание реферата способствует демонстрации умения собирать и анализировать информацию, развитию навыков целеполагания, умению последовательно письменно излагать материал.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет более 50% аудиторных занятий.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ интернет-источников по темам программы дисциплины;
- изучение и анализ кейсов;
- подготовка выступлений на семинарских занятиях;
- подготовка электронных презентаций.

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение».
- 2) Электронные тексты конспектов лекций.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *экзамена*, - см в документе «Фонд оценочных средств для изучения учебной дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение».

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

А) Основная литература:

1. Алексина Т. А. Деловая этика: учебник для академического бакалавриата. М : Издательство Юрайт , 2018. <https://www.biblio-online.ru/book/delovaya-etika-412195>
2. Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность: практические рекомендации для открытой коммуникации : [пер. с нем.] /Э. Мерманн ; [науч. ред. А. А. Киселева

; гл. ред. О. В. Гритчина]. Харьков : Гуманитарный центр , 2015.
<http://sun.tsu.ru/limit/2017/000532518/000532518.pdf>

3. Скибицкая И. Ю. Деловое общение: учебник и практикум для СПО : Учебник и практикум. М : Издательство Юрайт , 2018. <http://www.biblio-online.ru/book/8ACC172C-23BA-4839-9330-BD6F64BF233C>

Б) Дополнительная литература:

1. Бредемайер К. Провоцирующая риторика? Меткий ответ! – Ростов н/Д: Феникс, 2006.
2. Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники: Учебное пособие. – М.: Ось-89, 2007.
3. Вемь А. Язык тела и его демоны. О чем умолчал Алан Пиз / А. Вемь. — СПб. : Питер Пресс, 2006.
4. Грейс Н. Приемы развития памяти, внимания и речи. – СПб: Питер, 2008.
5. Грецов А. Г. Тренинг уверенного поведения для старшеклассников и студентов / А. Г. Грецов. – СПб. [и др.] : Питер, 2008.
6. Далецкий Ч. Риторика: заговоры, и я скажу, кто ты: Учебное пособие. М., 2003.
7. Зельдович Б.З. Деловое общение: учебное пособие. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007.
8. Егидес А.П. Лабиринты общения. М.: 1999.
9. Ивин А.А. Риторика: искусство убеждать. Учебное пособие. – М., 2002.
10. Казарцева О.М. Культура речевого общения: теория и практика обучения: Учебное пособие. –М., 2003.
11. Кукушин В. С. Психология делового общения: учебное пособие / В. С. Кукушин. — М: МарТ, 2003.
12. Махальнова И.А. Коммуникативный тренинг. – М.: Академический проект, 2006. – 157 с.
13. Мальханова И.А. Школа красноречия: интенсивный учебно-практический курс речевика-имиджмейкера. – М.:2002.
14. Мокшанцев Р. И. Психология коммуникаций на переговорах: учебное пособие для вузов / Р. И. Мокшанцев. — М.; Новосибирск: Инфра-М: Сибирское соглашение, 2004.
15. Панасюк А.Ю. Как убеждать в своей правоте: современные психотехнологии убеждающего воздействия. М., 2001.
16. Петровская Л.А. Общение – компетентность – тренинг. Избранные труды. – М.: Смысл, 2007.
17. Пиз А. Язык телодвижений (как читать мысли других по их жестам), пер. с англ., С-Пб., 1997.
18. Руденко А. М., Самыгин С. И. Деловое общение (учебное пособие для студентов вуза). – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

19. Семенов А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса: учебное пособие / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Дашков и К, 2008. — 276 с.
20. Сергеечева В. Азы общения. – СПб., 2002.
21. Спивак В.А. Корпоративная культура. – СПб.: Питер, 2001.
22. Ханин М.И. Практикум по культуре речи, или как научиться красиво и убедительно говорить. – СПб., 2002.
23. Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта. – М., 2009г.

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>
2. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
3. Информационно-справочные материалы компании «Михайлов и партнеры. Стратегические коммуникации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mikh-partn.ru>
4. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
5. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
6. Электронно-библиотечная система МГУ им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000 - . – Режим доступа: <http://www.lib.msu.su/>
7. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>
8. справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
9. Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
10. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Mozilla Firefox
4. Opera
5. Google Chrome
6. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение» предполагает самостоятельную работу с лекционным материалом в системе Moodle.

Для освоения материалов лекций рекомендуется знакомство с материалами массовых онлайн курсов на английском языке на образовательной платформе Coursera (URL: https://www.coursera.org/courses?query=business%20communication&page=1&configure%5BclickAnalytics%5D=true&indices%5Bprod_all_products%5D%5Bconfigure%5D%5BclickAnalytics%5D=true&indices%5Bprod_all_products%5D%5Bconfigure%5D%5BhitsPerPage%5D=10).

Подготовка к семинарским занятиям предполагает изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, монографий, словарей и т.п. При выполнении заданий необходимо использовать материалы, представленные в лекциях.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

С.С. Носова, ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания – русский.