

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 15.05.2024 12:52:34

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«29» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.04 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ДЕЛОВЫЕ И МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный; авторский

Направленность (профиль):

«Цифровые коммуникации»

Формы обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2023

Разработчик: Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» июня 2023 г.  /В.С. Матюшкин /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующая кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 10 от «22» июня 2023 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

- освоение понятийного аппарата и основных положений базисных теорий коммуникации и коммуникационного поведения;
- формирование теоретико-методологического базиса для изучения последующих социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин;
- формирование у студентов понимания информационно-коммуникативной природы социальных взаимодействий на межличностном и организационном уровне.

Задачи:

- дать основные характеристики категории коммуникации;
- определить понятия коммуникативного действия и коммуникативного взаимодействия;
- сформировать представления о типологии коммуникации и ее основных теоретических моделях;
- дать представление об основных теоретико-методологических подходах современной теории коммуникации (процессно-информационный и семиотический подходы);
- дать представление о базовых моделях коммуникационного процесса (Шэннона-Вивера, Гербнера, Ньюкомба, Вестли-Маклина, транзакционный модели Тэна, Де Соссюра, Пирса, Фреге, Огдена-Ричардса, Морриса);
- охарактеризовать базовые положения межличностной и деловой коммуникации, включая аспекты вербального и невербального взаимодействия социальных субъектов;
- дать представление о типичных ситуации межличностного общения и формах реагирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 1 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4 – способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
--------------------------------	-----------------------------------	---------------------

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке
--	--	---

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная/Заочная
Аудиторные занятия	36	36/18
<i>в том числе:</i>		
Лекции	18	18/8
Практические занятия	18	18/10
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	18	18/81
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		
Вид	Экзамен – 1 семестр	
Трудоемкость (час.)	54	54/9
Общая трудоемкость з.е. / часов	3 з.е. / 108 час.	

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

по очной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов
№	Наименование	

		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Теория коммуникации как наука	2	-	-	2
2	Коммуникационный процесс	2	2	-	2
3	Вербальная и невербальная коммуникация	2	2	-	2
4	Внутрикорпоративные коммуникации	2	2	-	2
5	Коммуникация в малых группах	2	2	-	2
6	Формы речевой коммуникации	2	4	-	2
7	Межличностная коммуникация. Межкультурная коммуникация	2	2	-	2
8	Деловое общение в профессиональной деятельности	2	2	-	2
9	Имидж делового человека	2	2	-	2
Итого (часов)		18	18	-	18
Форма контроля:		экзамен			54
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

по очно-заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Коммуникационный процесс	2	2	-	2
3	Вербальная и невербальная коммуникация	2	2	-	2
4	Внутрикорпоративные коммуникации	2	2	-	2
5	Коммуникация в малых группах	2	2	-	2
6	Формы речевой коммуникации	2	4	-	2
7	Межличностная коммуникация. Межкультурная коммуникация	2	2	-	2
8	Деловое общение в профессиональной деятельности	2	2	-	2
9	Имидж делового человека	2	2	-	2
Итого (часов)		18	18	-	18
Форма контроля:		экзамен			54
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

по заочной форме обучения

Темы дисциплины	Количество часов
-----------------	------------------

№	Наименование				
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Теория коммуникации как наука	-	-	-	9
2	Коммуникационный процесс	1	1	-	9
3	Вербальная и невербальная коммуникация	1	2	-	9
4	Внутрикорпоративные коммуникации	1	1	-	9
5	Коммуникация в малых группах	1	1	-	9
6	Формы речевой коммуникации	1	2	-	9
7	Межличностная коммуникация. Межкультурная коммуникация	1	1	-	9
8	Деловое общение в профессиональной деятельности	1	1	-	9
9	Имидж делового человека	1	1	-	9
Итого (часов)		8	10	-	81
Форма контроля:		<i>экзамен</i>			9
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теория коммуникации как наука

Коммуникация: определение, сущность. Основные значения термина коммуникация. Междисциплинарный характер термина коммуникации. Место теории коммуникаций в системе наук.

Различные подходы к определению предмета теории коммуникации. Объект и предмет теории коммуникации. Структура коммуникативного знания.

Законы теории коммуникаций и их специфика. Категориальный аппарат теории коммуникации. Коммуникация: определение, сущность. Взаимоотношение понятий «коммуникация» и «общение». Информация: определение, значения термина. Коммуникативное пространство и время: определения и основные параметры.

Методы теории коммуникации. Общенаучные методы: моделирование, системный подход, метод сравнения. Частнонаучные методы: контент-анализ, интент-анализ, социологический метод, герменевтика, бихевиоризм, социолингвистика, метод наблюдения, социометрия.

Функции теории коммуникации: познавательная, методологическая, прогностическая, практическая. Их характеристики.

Тема 2. Коммуникационный процесс

Структурные модели коммуникации. Модель Аристотеля и его основные элементы. Модель Лассуэлла. Основные элементы модели. Разделы исследований коммуникации по Лассуэллу. Модель Шеннона-Уивера. Характеристика основных элементов модели. Понятие шума и избыточности. Достоинства модели Шеннона-Уивера. Модель М. де Флера. Особенности данной модели по сравнению с моделью Шеннона-Уивера. Двухканальная модель речевой коммуникации В.П. Морозова. Особенности данной модели. Модель двуступенчатой коммуникации П. Лазерфельда и ее особенности.

Модель «ИСКП» Д. Берло. Характеристика основных элементов данной модели. Коммуникационная модель Глобальной Деревни канадского социолога М. МакЛюена.

Основные элементы коммуникационного процесса: источник сообщения, кодирование и декодирование информации, сообщение, канал, получатель, обратная связь. Характеристика элементов коммуникационного процесса.

Коммуникативные барьеры: определение, классификации. Барьеры, обусловленные факторами среды, и их характеристика (акустические помехи, температурные и погодные условия, отвлекающая окружающая обстановка). Технические барьеры и их характеристика. «Человеческие» барьеры (психофизиологические и социокультурные) и их характеристика.

Тема 3. Вербальная и невербальная коммуникация

Семиотика: определение, объект и основные аспекты изучения. Роль семантики, прагматики в вербальной коммуникации.

Средства коммуникации. Роль естественного языка в коммуникации. Признаки естественного человеческого языка. Соотношение понятий «язык – речь». Понятие и функции речи.

Речь как способ передачи информации. Особенности передачи вербальной информации. Типы результатов коммуникации. Ценность информации содержательного характера.

Сравнение вербальной и невербальной коммуникации. Паралингвистические компоненты невербальной коммуникации: громкость, темп, ритм и высота голоса. Экстралингвистические особенности невербальной коммуникации: речевые паузы, смех, покашливание, вздохи. Мимика и взгляд в процессе общения. Жесты: определение и их классификация. Позы и походка, контакт глаз в деловой коммуникации.

Организация пространства и времени коммуникативного процесса. Понятие проксемики. Виды зон в деловой коммуникации: интимная, персональная, социальная, публичная. Их характеристика.

Тема 4. Внутрикорпоративные коммуникации

Понятие организации (широкие и узкие определения). Организация как открытая система. Понятия внутренней и внешней среды организации. Структура внутренней среды организации. Характеристика внешней среды организации: сложность, подвижность и неопределенность внешней среды. Элементы среды прямого и косвенного воздействия организации.

Особенности внутренних коммуникаций организации. Структура внутренних коммуникаций. Социальная структура коммуникаций в организации. Гомогенные и гетерогенные организации.

Неформальная структура организации.

Внутрикоммуникативные сети: централизованные и децентрализованные.

Виды коммуникаций в организациях (интерактивные, вертикальные и горизонтальные) и их характеристика..

Тема 5. Коммуникация в малых группах

Основные подходы к изучению коммуникации в малой группе: механистический и деятельностный подходы. Малая группа: понятие, отличительные черты. Границы малой группы: диада, триада, появление наблюдателя, 7 ± 2 члена малой группы, 35-40 человек.

Разновидности малых групп: первичные и вторичные; формальные и неформальные; референтные и группы членства; временные и стабильные; открытые и закрытые; случайно организованные группы, ассоциации, корпорации, коллектив, команда.

Функции групповой коммуникации.

Коммуникативная структура малой группы. Виды централизованных коммуникативных структур: фронтальная, радиальная, иерархическая. Их характеристика. Виды децентрализованных коммуникативных структур (цепочка, круговая и полная) и их характеристика. Лексика и грамматика коммуникации в малой группе. Характерные лексические особенности малой группы: речевая однородность, преобладание оценочных и характеризующих слов. Грамматика внутригруппового общения. Правила коммуникативного поведения в группе.

Формирование групповой сплоченности и коммуникация в малой группе. Формирование чувства групповой идентичности. Групповое давление как механизм формирования групповой сплоченности. Конформизм или конформное поведение. Виды конформизма: внешний и внутренний. Негативизм как специфическая форма конформизма. Понятие и факторы когнитивного диссонанса. Способы выработки единого мнения в группах.

Технология принятия группового решения. Четыре фазы принятия группового решения. Понятие консенсуса.

Тема 6. Формы речевой коммуникации

Диалог: определение, языковые особенности, типология. Виды вопросов, реализуемых в диалогах: уточняющие, простые, восполняющие, корректные (некорректные); нейтральные – благожелательные - провокационные. Виды ответов и их характеристика. Общие правила ведения диалога. Коммуникационные максимы П. Грайса. Законы диалога Ю.В. Рождественского.

Монолог: определение, признаки, классификация. Роль межфразовых связей в монологе. Основные группы межфразовых связей (построенные по типу зацепления и по типу повтора) и их характеристика. Методы изложения материала в монологе: индуктивный, дедуктивный, метод аналогии, концентрический, ступенчатый и исторический. Риторика как наука, занимающаяся проблемами построения диалога. Структура ораторской речи.

Спор как вид речевой коммуникации. Спор и его разновидности (полемика и дискуссия) и классификация. Способы подтверждения правоты в споре: убеждение и доказательство.

Тема 7. Межличностная коммуникация. Межкультурная коммуникация

Понятие межличностной коммуникации. Базовые понятия теории межличностного общения: межличностный контакт, межличностное взаимодействие, межличностные отношения. Сущность коммуникативной компетентности. Аксиомы межличностной коммуникации американского психолога П. Вацлавика.

Понятие социальной ситуации. Факторы социального взаимодействия. Характеристика социального взаимодействия, воздействующая на поведение людей. Способы структурирования времени: замкнутость, ритуалы, времяпрепровождения, совместная деятельность и др. Классификация социальных ситуаций в зависимости от уровня общения: на социально-ролевом уровне; деловом и интимно-личностном уровнях.

Межличностное пространство: определение, условия успешной коммуникации. Конструирование межличностного пространства.

Пространственное структурирование межличностного взаимодействия. Характеристика вертикальной составляющей межличностного взаимодействия: пристройка к партнеру свысока, пристройка наравне, пристройка снизу, отстраненная от партнера позиция.

Горизонтальная составляющая межличностного взаимодействия. Характеристика межличностных преград.

Эффекты межличностного восприятия. Восприятие: определение, закономерности. Правила управления собственным восприятием. Индивидуальные

особенности восприятия: влияние самооценки, проецирование, эффект ореола, стереотипизация и др. Понятие социального стереотипа.

Понятие жизненного стиля и его проблемы. Типология жизненных стилей в зависимости от социального интереса и степени активности. Коммуникативные стили: определение, принципы.

«Окно Джохари». Характеристика открытой, слепой, скрытой и неизвестной зон. Зависимость коммуникативного стиля человека от доминирования той или иной зоны. Стратегии межличностного взаимодействия: доминирование, манипуляция, соперничество, партнерство, содружество. Основные критерии продуктивности стиля межличностного взаимодействия и их характеристики: по характеру активности в позиции партнеров; по характеру выдвигаемых целей; по характеру ответственности; по характеру отношений.

Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Особенности поведения в личностно ориентированном общении. Характеристики речевого поведения: персональность адресации; спонтанность и непринужденность; ситуативность; эмоциональность. Речевые приемы в межличностном взаимодействии. Коммуникативные тактики речевого поведения.

Функции невербальной коммуникации в межличностном общении. Сравнительные характеристики вербальной и невербальной коммуникации. Виды информации, получаемой человеком в процессе невербальной коммуникации. Функции невербального сообщения: дополнение, опровержение, замещение, регулирование. Правила невербальной коммуникации.

Понятия культуры и межкультурной коммуникации. Становление межкультурной коммуникации как научной и учебной дисциплины.

Уровни межкультурной коммуникации: межличностный уровень, коммуникации в малых группах, в больших группах.

Формы межкультурной коммуникации (аккультурация, культурная экспансия, культурная диффузия, культурный конфликт) и их характеристики.

Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации. Невербальные аспекты межкультурной коммуникации.

Типы восприятия межкультурных коммуникаций: отрицание различий культур, защита собственного культурного превосходства, минимизация культурных различий, принятие существования межкультурных различий, адаптация к новой культуре, интеграция в родную и новую культуры. Три этапа эволюции восприятия новой культуры человеком.

Тема 8. Деловое общение в профессиональной деятельности

Общение как коммуникативная деятельность. Интерактивный, коммуникативный и перцептивный аспекты общения. Специфика профессионального делового общения в современных условиях. Самооценка и мотивация к успеху в условиях конкуренции. Конфронтация и сотрудничество в деловом мире. Организация совместной деятельности.

Коммуникативные роли в общении и их характеристика. «Манипуляторы» и «актуализаторы» в процессе делового общения. Стратегии взаимодействия: избегание, соперничество, уступки, компромисс, сотрудничество.

Виды спора и их характеристика. Техники преодоления несовместимости.

Принятие коллективных решений в условиях неопределенности. Методы генерирования идей: брейнсторминг, синектика, дельфи.

Принципы эффективного взаимодействия. Внутригрупповые и межгрупповые дискуссии. Привлечение и поддержка внимания. Методы активного обучения и развития, формирование ситуативного и стратегического мышления. Модели развития нового проблемного видения.

Тема 9. Имидж делового человека. Корпоративный имидж

Имидж как коммуникативно-управленческий феномен. Современное состояние проблемы имиджа в России и за рубежом. Паблицити как форма имиджа. Имиджелогическая компетентность: понятие и характеристика. Соотношение понятий: образ, имидж, репутация. Алгоритм формирования персонального имиджа. Структурные модели имиджа персоны. Компоненты имиджа и их характеристики. Понятие и функции имиджа в общении. Имиджирование. Концептуальные подходы к изучению имиджа. Ценностные функции имиджа. Современная типология имиджа. Субъекты имиджирования. Технологии имиджирования. Модели поведения. Телесный имидж. Внешний вид. Тактика общения. Этикет как технология делового общения. Этика деловых отношений с коллегами, подчиненными и руководством. Этика делового контакта. Ведение переговоров: этические аспекты. Правила делового поведения. Использование современных информационных технологий в деловых отношениях. Этические аспекты использования сети Интернет в деловых отношениях.

Соотношение понятий имидж и репутации. Деловая репутация. Определение термина «гудвилл». Характеристики имиджа. Факторы, влияющие на имидж компании.

Основные компоненты корпоративного имиджа.

Структурные модели корпоративного имиджа: Б. Джи, М. Томиловой и А.Н. Чумикова.

Этапы формирования корпоративного имиджа.

Имидж бренда: понятие и детерминанты. Эмоциональный брендинг и имидж.

Понятие организационной культуры, ее типология. Соотношение терминов «организационная культура» и «корпоративная культура». Диагностика культуры организации. Влияние организационной структуры компании на характер деловых отношений. Фирменный стиль (корпоративный дизайн): понятие, функции, основные элементы. Технологии управления имиджем.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Емельянова Е.А. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.А. Емельянова; Томский Государственный университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР). – Томск: Эль Контент, 2014. – 122 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463>
2. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>
3. Эксакусто Т.В. Основы психологии делового общения: учебное пособие / Т.В. Эксакусто; Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Таганрог: Южный федеральный университет, 2015. – 161 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461885>
4. Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ / отв. ред. Т.А. Милёхина, Р. Ратмайр. – 2-е изд. – Москва: Языки славянской культуры (ЯСК), 2017. – 632 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498433>

5. Маслов В.И. Менеджмент: учебно-методическое пособие / В.И. Маслов; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Факультет глобальных процессов. – 2-е изд. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 29 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=103839
6. Горфинкель В.Я. Коммуникации и корпоративное управление: учебное пособие / В.Я. Горфинкель, В.С. Торопцов, В.А. Швандар. - Москва: Юнити, 2015. - 129 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552>
7. Басманова Н.И. Тренинг командообразования: учебное пособие / Н.И. Басманова; Технологический университет. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 60 с.: ил.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572170
8. Смирнова Е.Е. Управление персоналом: учебно-методическое пособие: / Е.Е. Смирнова, Л.А. Черкасова; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 76 с. : табл.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=562254
9. Згонник Л.В. Организационное поведение: учебник / Л.В. Згонник. – 3-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 232 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572963

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям

8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://www.sostav.ru/> - российский рекламный портал, статьи о рекламе, маркетинге, PR
10. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России-ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России
11. <http://www.akarussia.ru/node/5025> - база данных исследований Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)
12. <https://hbr-russia.ru/karera/kommunikatsii> - информационно-аналитические статьи, посвященные коммуникациям в организации журнала «Harvard Business Review»

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам;

выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции

обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

**Б1.О.04 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ДЕЛОВЫЕ И
МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный; авторский

Направленность (профиль):

«Цифровые коммуникации»

Формы обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Не умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации Не владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке	В целом знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации, но допускает грубые ошибки В целом умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации, но часто испытывает затруднения В целом владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке, но часто испытывает затруднения	Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации, но иногда допускает ошибки Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации, но иногда испытывает затруднения Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке, но иногда испытывает	Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке

		затруднения	
--	--	-------------	--

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример тем для рефератов:

1. Виды и средства и функции общения.
2. Вербальные и невербальные системы значений.
3. Виды взаимодействий.
4. Феномены межличностного и межгруппового восприятия.
5. Репрезентативные системы в практике психологии делового общения.
6. Вертикальная и горизонтальная коммуникация.
7. Убеждающая коммуникация.
8. Сопротивление убеждению.
9. Публичная (ораторская) речь.
10. Проявления эмоциональных состояний
11. Стратегии манипуляторов.
12. Манипулятивные роли по Эрику Берну.
13. Распознавание эго-состояний.
14. Compliments для делового взаимодействия.
15. Вопросы для избегания искажений в понимании.

Оценка рефератов производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Примерные тем для презентаций:

1. Виды и средства и функции общения.
2. Вербальные и невербальные системы значений.
3. Виды взаимодействий.
4. Феномены межличностного и межгруппового восприятия.
5. Репрезентативные системы в практике психологии делового общения.
6. Вертикальная и горизонтальная коммуникация.
7. Убеждающая коммуникация.
8. Сопротивление убеждению.
9. Публичная (ораторская) речь.
10. Проявления эмоциональных состояний
11. Стратегии манипуляторов.
12. Манипулятивные роли по Эрику Берну.
13. Распознавание эго-состояний.

14. Compliments for business interaction.

15. Questions for avoiding distortions in understanding.

Оценка презентаций формируется следующим образом:

Содержание (четкость, краткость, полнота) – 3 балла

Оформление – 2 балла

Итого: 5 баллов

Пример теста:

1. К коммуникативным максимам П. Грейса *не* относятся:

- а. кооперации
- б. релевантности
- в. качества
- г. закон времени

2. К условно закрытым системам относятся:

- а. персональный компьютер
- б. электронные часы
- в. мобильный телефон
- г. автомобиль

3. К жанрам публичной коммуникации не относятся:

- а. научный доклад на конференции
- б. парламентские дебаты
- в. презентация на семинаре
- г. беседа топ-менеджера организации с начальником департамента

4. Что не относится к централизованным коммуникативным структурам малых групп:

- а. фронтальная
- б. иерархическая
- в. полная
- г. радиальная

5. Что не относится к алгоритмам чтения:

- а. интегральный
- б. дифференциальный
- в. циклический
- г. все вышеперечисленное

6. Видами устноречевой коммуникации являются:

- а. чтение
- б. говорение
- в. слушание
- г. письмо

7. Формами речевой коммуникации не являются:

- а. дискуссия

- б. обмен письмами по e-mail
- в. монолог
- г. диспут

8. Массовая аудитория – это:

- а. множество индивидов, объединенных общими интересами, целями, системами ценностей, стилем жизни, имеющие общие социальные, профессиональные, демографические и культурные признаки
- б. ученые как потребители информации, распространяемой по каналам СМИ
- в. люди в переходе, остановившиеся послушать музыканта
- г. представители партии КПРФ, ЛДПР

9. Коммуникативная формула Г. Лассуэлла представляет собой:

- а. монолог
- б. диалог
- в. полилог
- г. спор

10. К общенаучным методам теории коммуникации относятся:

- а. контент-анализ
- б. метод социометрии
- в. метод моделирования
- г. интент-анализ

11. К вербальной коммуникации не относится:

- а. говорение
- б. слушание
- в. кинесика
- г. письмо

12. Группа людей может считаться организацией, если:

- а. группа людей имеет общую цель
- б. два и более человек считают себя частью группы
- в. группа людей имеет высокую профессиональную подготовку
- г. несколько человек считают себя частью группы

13. Интерактивные коммуникации в организации возникают в процессе взаимодействия:

- а. руководителя и подчиненного
- б. между сотрудниками, равными по положению
- в. между различными структурными подразделениями организации
- г. между руководителем и его заместителями

14. К среде прямого воздействия на организацию относятся:

- а. состояние экономики
- б. социокультурные факторы
- в. политические факторы
- г. поставщики

15. Что не относится к восходящим коммуникациям в организации:

- а. отчеты сотрудников
- б. предложения сотрудников по совершенствованию работы в организации
- в. жалобы
- г. распоряжения

16. Что не относится к признакам малой группы:

- а. целостность
- б. удовлетворение личных запросов
- в. наличие внутренней структуры
- г. максимальное и минимальное значение малой группы

17. Показателями уровня развития навыков чтения являются:

- а. фиксация взгляда
- б. скорость чтения
- в. поле зрения
- г. уровень чтения

18. Формула $V = q/t \cdot K$ определяет:

- а. скорость чтения
- б. коэффициент усвоения прочитанного
- в. скорость письма
- г. коэффициент усвоения написанного

19. Манипуляция – это:

- а. способ неявного воздействия на другого человека
- б. способ умышленной подмены истинных целей ложными
- в. способ умышленного сокрытия или искажения важной информации
- г. способ уклонения от выполнения возложенных обязанностей

20. Закон минимального основания гласит, что:

- а. при обмене информацией должно существовать не менее двух источников коммуникационного взаимодействия
- б. для осуществления коммуникации необходимо наличие хотя бы одного общего источника и приемника основания в виде системы знаков или правил приема и передачи, кодирования и декодирования информации
- в. всякая коммуникация имеет знаковый характер
- г. коммуникация возможна только при несовпадении и/ или частичном совпадении информационных потенциалов участников взаимодействия.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Различные подходы к определению предмета теории коммуникации. Объект и предмет теории коммуникации.
2. Законы теории коммуникаций и их специфика.
3. Категориальный аппарат теории коммуникации. Коммуникация: определение, сущность. Взаимоотношение понятий «коммуникация» и «общение». Информация: определение, значения термина. Коммуникативное пространство и время: определения и основные параметры.
4. Методы теории коммуникации. Общенаучные методы: моделирование, системный подход, метод сравнения.
5. Частнонаучные методы: контент-анализ, интент-анализ, социологический метод, герменевтика, бихевиоризм, социолингвистика, метод наблюдения, социометрия.
6. Структурные модели коммуникации. Модель Аристотеля и его основные элементы.
7. Модель Лассуэлла. Основные элементы модели. Разделы исследований коммуникации по Лассуэллу.
8. Модель Шеннона-Уивера. Характеристика основных элементов модели. Понятие шума и избыточности. Достоинства модели Шеннона-Уивера.
9. Модель М. де Флера. Особенности данной модели по сравнению с моделью Шеннона-Уивера.
10. Двухканальная модель речевой коммуникации В.П. Морозова. Особенности данной модели.
11. Модель двуступенчатой коммуникации П. Лазерфельда и ее особенности
12. Основные элементы коммуникационного процесса: источник сообщения, кодирование и декодирование информации, сообщение, канал, получатель, обратная связь. Характеристика элементов коммуникационного процесса.
13. Сравнение вербальной и невербальной коммуникации.
14. Паралингвистические компоненты невербальной коммуникации: громкость, темп, ритм и высота голоса.
15. Экстралингвистические особенности невербальной коммуникации: речевые паузы, смех, покашливание, вздохи.
16. Организация пространства и времени коммуникативного процесса.
17. Виды зон в деловой коммуникации: интимная, персональная, социальная, публичная. Их характеристика.
18. Понятие организации (широкие и узкие определения). Организация как открытая система.
19. Понятия внутренней и внешней среды организации.
20. Структура внутренней среды организации.
21. Характеристика внешней среды организации: сложность, подвижность и неопределенность внешней среды. Элементы среды прямого и косвенного воздействия организации.
22. Особенности внутренних коммуникаций организации. Структура внутренних коммуникаций.
23. Неформальная структура организации.
24. Внутрикоммуникативные сети: централизованные и децентрализованные.
25. Виды коммуникаций в организациях (интерактивные, вертикальные и горизонтальные) и их характеристика.
26. Малая группа: понятие, отличительные черты. Границы малой группы: диада, триада, появление наблюдателя, 7 ± 2 члена малой группы, 35-40 человек.
27. Разновидности малых групп: первичные и вторичные; формальные и неформальные; референтные и группы членства; временные и стабильные;

- открытые и закрытые; случайно организованные группы, ассоциации, корпорации, коллектив, команда.
28. Коммуникативная структура малой группы. Виды централизованных коммуникативных структур: фронтальная, радиальная, иерархическая. Их характеристика.
 29. Формирование групповой сплоченности и коммуникация в малой группе. Формирование чувства групповой идентичности.
 30. Понятие и факторы когнитивного диссонанса. Способы выработки единого мнения в группах.
 31. Технология принятия группового решения. Понятие консенсуса.
 32. Диалог: определение, языковые особенности, типология. Общие правила ведения диалога.
 33. Монолог: определение, признаки, классификация.
 34. Методы изложения материала в монологе: индуктивный, дедуктивный, метод аналогии, концентрический, ступенчатый и исторический.
 35. Риторика как наука, занимающаяся проблемами построения диалога. Структура ораторской речи.
 36. Спор как вид речевой коммуникации. Спор и его разновидности (полемика и дискуссия) и классификация.
 37. Понятие межличностной коммуникации. Базовые понятия теории межличностного общения: межличностный контакт, межличностное взаимодействие, межличностные отношения.
 38. Межличностное пространство: определение, условия успешной коммуникации. Конструирование межличностного пространства.
 39. Понятие жизненного стиля и его проблемы. Типология жизненных стилей. Коммуникативные стили: определение, принципы.
 40. Функции невербальной коммуникации в межличностном общении. Сравнительные характеристики вербальной и невербальной коммуникации. Правила невербальной коммуникации.
 41. Понятия культуры и межкультурной коммуникации.
 42. Общение как коммуникативная деятельность.
 43. Специфика профессионального делового общения в современных условиях.
 44. Конфронтация и сотрудничество в деловом мире. Организация совместной деятельности.
 45. Коммуникативные роли в общении и их характеристика. «Манипуляторы» и «актуализаторы» в процессе делового общения.
 46. Стратегии взаимодействия: избегание, соперничество, уступки, компромисс, сотрудничество.
 47. Принятие коллективных решений в условиях неопределенности. Методы генерирования идей: брейнсторминг, синектика, дельфи.
 48. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен. Современное состояние проблемы имиджа в России и за рубежом.
 49. Паблицити как форма имиджа.
 50. Имиджологическая компетентность: понятие и характеристика. Соотношение понятий: образ, имидж, репутация.
 51. Алгоритм формирования персонального имиджа. Структурные модели имиджа персоны.
 52. Компоненты имиджа и их характеристики. Понятие и функции имиджа в общении.
 53. Имиджирование. Технологии имиджирования.
 54. Телесный имидж. Внешний вид.
 55. Соотношение понятий имидж и репутации. Деловая репутация.
 56. Определение термина «гудвилл».

57. Характеристики корпоративного имиджа. Факторы, влияющие на имидж компании. Основные компоненты корпоративного имиджа.
58. Структурные модели корпоративного имиджа: Б. Джи, М. Томиловой и А.Н. Чумикова.
59. Этапы формирования корпоративного имиджа.
60. Имидж бренда: понятие и детерминанты. Эмоциональный брендинг и имидж.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух-балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик: Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 10 от 22.06.2023 г.).