

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 16.01.2023 15:12:24

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«14» апреля 2022 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 – 2022

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

«01» марта 2022 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 № 8 от «04» марта 2022 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, транзакционные 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 ситуациях 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	36	36/81
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		
Вид	Экзамен – 1 семестр	
Трудоемкость (час.)	36	36/9
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	Предмет, метод и задачи дисциплины	2	-	-	4
2	Основные этапы развития теории коммуникации	2	2	-	4
3	Методы исследования и анализа коммуникации	2	2	-	4
4	Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Субъекты коммуникации	2	2	-	4
5	Речь как знаковая система вербальной коммуникации. Невербальная коммуникация	2	2	-	4
6	Уровни коммуникации. Управление коммуникацией	2	4	-	4
7	Коммуникации в организации	2	2	-	4
8	Деловое общение как социально-психологический механизм деловой коммуникации в профессиональной деятельности специалиста в сфере управления	2	2	-	4
9	Имидж делового человека. Имидж организации	2	2	-	4
Итого (часов)		18	18	-	36
Форма контроля:		экзамен			36
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)
1	Предмет, метод и задачи дисциплины	2	-	-	4
2	Основные этапы развития теории коммуникации	2	2	-	4
3	Методы исследования и анализа коммуникации	2	2	-	4
4	Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Субъекты коммуникации	2	2	-	4
5	Речь как знаковая система вербальной коммуникации. Невербальная коммуникация	2	2	-	4
6	Уровни коммуникации. Управление коммуникацией	2	4	-	4
7	Коммуникации в организации	2	2	-	4
8	Деловое общение как социально-психологический механизм деловой коммуникации в профессиональной деятельности специалиста в сфере управления	2	2	-	4
9	Имидж делового человека. Имидж организации	2	2	-	4
Итого (часов)		18	18	-	36

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование				
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
Форма контроля:		экзамен			36
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	Предмет, метод и задачи дисциплины	-	-	-	9
2	Основные этапы развития теории коммуникации	1	1	-	9
3	Методы исследования и анализа коммуникации	1	2	-	9
4	Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Субъекты коммуникации	1	1	-	9
5	Речь как знаковая система вербальной коммуникации. Невербальная коммуникация	1	1	-	9
6	Уровни коммуникации. Управление коммуникацией	1	2	-	9
7	Коммуникации в организации	1	1	-	9
8	Деловое общение как социально-психологический механизм деловой коммуникации в профессиональной деятельности специалиста в сфере управления	1	1	-	9
9	Имидж делового человека. Имидж организации	1	1	-	9
Итого (часов)		8	10	-	81
Форма контроля:		экзамен			
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Предмет, метод и задачи дисциплины

Коммуникация как объект научного исследования. Проблема предмета теории коммуникации. Исследование коммуникации в философии, социальной психологии, лингвистике, культурологии, биологии. Коммуникация как социальное и природное явление. Структура коммуникативного знания и уровни обобщения коммуникативного знания. Специфика законов и категорий теории коммуникации. Роль коммуникации в информационном обществе. Понятие «общение», «коммуникация», «речевая

деятельность». Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Антропосоциогенезис и социальная коммуникация. Возникновение письменности. Книгопечатание. Возникновение и развитие электронной коммуникации.

Тема 2. Основные этапы развития теории коммуникации

Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Проблема коммуникации в античной культуре. Риторика и этика. Растворенность индивидуального существования в коллективности полисной общины. Коммуникативная проблематика в христианской и новоевропейской культуре. Гуманистическое мирозерцание Возрождения и Нового времени. Современные концепции коммуникации. Подходы технократического и интеракционного характера. Теории массовой коммуникации.

Тема 3. Методы исследования и анализа коммуникации

Коммуникативные процессы и моделирование. Системный подход в теории коммуникации. Использование сравнительно-исторического метода для понимания различных периодов развития явлений, имеющих общие основания. Методы социологических исследований и коммуникативный процесс. Анализ коммуникации. Понятие контент-анализа. Коммуникативные процессы и моделирование. Системный подход в теории коммуникации. Использование сравнительно-исторического метода для понимания различных периодов развития явлений, имеющих общие основания. Методы социологических исследований и коммуникативный процесс.

Тема 4. Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Субъекты коммуникации

Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. специализированной и массовой коммуникации. Сообщение (информация), код, канал. Факторы и барьеры коммуникации: психологические, языковые, социальные. Понятие эффективности коммуникации.

Коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Фигура коммуникатора: индивидуальное и институциональное в коммуникаторе. Престижность, надежность, доверительность как факторы общения с конкретным коммуникатором. Аудитория коммуникации, ее виды, психология аудиторий: объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.

Тема 5. Речь как знаковая система вербальной коммуникации. Невербальная коммуникация

Средства коммуникации. Место естественного языка среди других знаковых систем. Соотношение «язык — речь». Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи. Речь как способ передачи информации. Типы дискурсов. Моделирование дискурса: ментальная модель, фреймы, сценарии. Возможности вербального воздействия на человека. Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной структуры; влияние на содержание сферы производства информации и сферы ее потребления. Невербальные средства коммуникации.

Тема 6. Уровни коммуникации. Управление коммуникацией

Диалог. Монолог. Спор как разновидность речевой коммуникации. Стратегия и тактика аргументации. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Свойства и ситуативная обусловленность устноречевой коммуникации. Виды устноречевой коммуникации. Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции. Навыки и умения письма и чтения. Речевое воздействие письменной информации. Реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-

научной и профессиональной коммуникации

Управление как целенаправленное регулирующее воздействие на объект. Цели управления коммуникацией. Понятие коммуникационного менеджмента. Критерии диагностики коммуникативной структуры организации. Коммуникационная составляющая связей с общественностью. Проблемы межкультурной коммуникации. Уровни и формы межкультурной коммуникации. Этноцентризм, «отрицание» и «защита». Понятие «культурного шока». Понимание и принятие в межкультурной коммуникации. Роль юмора в межкультурной коммуникации.

Тема 7. Коммуникации в организации

Сущность и виды коммуникаций в организации. Использование термина среди специалистов в организации. Информационные коммуникации, транспортные коммуникации, грузовые и пассажирские, инженерные коммуникации образуют сложную инфраструктуру организации. Коммуникация как функция управления организацией. Информационные взаимодействия, в которые люди вступают при выполнении своих функциональных обязанностей или должностных инструкций. Коммуникации внутренней упорядоченности организации, согласованности, взаимодействия более или менее дифференцированных и автономных частей целого. Коммуникативная совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого в организации. Коммуникации объединения людей, совместно реализующих программу, цель и действующих на основе определенных правил и процедур. Разновидности коммуникаций в организации. Системность организационных коммуникаций. Коммуникации внутренней, внешней, административной, конкурентной, общественной среды организации. Характеристики коммуникативной среды организации. Формальные и неформальные коммуникации в организации

Тема 8. Деловое общение как социально-психологический механизм деловой коммуникации в профессиональной деятельности специалиста в сфере управления

Общение как коммуникативная деятельность. Интерактивный, коммуникативный и перцептивный аспекты общения. Личностно-ориентированное и социальноориентированное общение. Специфика профессионального делового общения в новых экономических условиях. Самооценка и мотивация к успеху в условиях конкурентной борьбы. Конфронтация и сотрудничество в деловом мире. Интерактивная функция общения в управлении. Организация совместной деятельности. Позиции в общении. Коммуникативные роли. Ситуации взаимодействия: социальные, целевые, психологические. «Манипуляторы» и «актуализаторы» в деловом общении. Стратегии взаимодействия: избегание, соперничество, уступка, компромисс, сотрудничество. Виды спора. Коммуникативные типы участников взаимодействия и техники преодоления несовместимости. Принятие коллективных решений в условиях неопределенности. Принципы эффективного взаимодействия. Методы генерирования идей: брейнстроминг, синектика, дельфи. Внутригрупповые и межгрупповые дискуссии. Методы активации мыследеятельности. Факторы привлечения и поддержки внимания. Методы активного обучения и развития, формирование ситуативного и стратегического мышления. Снятие стереотипа и модели развития нового проблемного видения.

Тема 9. Имидж делового человека. Имидж организации

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.

Понятие и структура имиджа организации. Этапы формирования имиджа организации. Понятие организационной культуры, ее типология. Влияние организационной структуры предприятия на характер деловых отношений. Фирменный стиль (корпоративный дизайн): понятие, функции, основные элементы. Организация связей с общественностью.

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 программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

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».

Пример теста:

1. В структуру общения входят следующие стороны:
 - a) коммуникативная;
 - b) интерактивная;
 - c) перцептивная;
 - d) директивная;
 - e) когнитивная.
2. Основными функциями общения являются:
 - a) связующая;
 - b) формирующая;
 - c) подтверждающая;
 - d) эмоциональная;
 - e) внутриличностная;
 - f) убеждающая.
3. Стремление добиться удовлетворения своих интересов в ущерб другому – это:
 - a) сотрудничество;
 - b) приспособление;
 - c) уклонение;
 - d) конкуренция;
 - e) компромисс.

4. Стремление добиться наиболее приемлемых решений для обеих сторон – это:
- сотрудничество;
 - приспособление;
 - уклонение;
 - конкуренция;
 - компромисс.
5. Манипуляция – это:
- способ неявного воздействия на другого человека;
 - способ умышленной подмены истинных целей ложными;
 - способ умышленного сокрытия или искажения важной информации;
 - способ уклонения от выполнения возложенных обязанностей.
6. Первое впечатление формируется на основе:
- фактора превосходства;
 - фактора привлекательности;
 - фактора отношения к наблюдателю;
 - фактора конформности.
7. Аттракция – это:
- неприятное, длительно существующее чувство одного человека к другому;
 - соединение, связь психических процессов друг с другом;
 - влечение одного человека к другому, сопровождающееся положительными эмоциями;
 - один из защитных механизмов в психоанализе.
8. Приемы аттракции – это:
- улыбка;
 - называние по имени;
 - комплимент;
 - критицизм.
9. Активное слушание включает в себя:
- волевой акт;
 - высшие умственные процессы;
 - эмпатию;
 - рефлексию;
 - конформность.
10. К параметрам мотивационной сферы человека относятся:
- развитость;
 - гибкость;
 - сублимированность;
 - целенаправленность.
11. Коммуникация – это:
- обмен идеями;
 - информационный обмен;
 - трансляция информации через средства технической связи;
 - управленческое общение;
 - стилистическое оформление речи.
11. Какое из перечисленных требований к качеству информации не является основным?
- достоверность;

- b) своевременность;
- c) форма подачи информации;
- d) адресность;
- e) понятность.

12. Как называется двусторонний процесс обмена информацией?

- a) коммуникация;
- b) общение;
- c) взаимодействие;
- d) контакт;
- e) интеракция.

13. Укажите, как называется составляющая общения, которая рассматривает психологическую природу общения с точки зрения характера речевых действий, восприятия речи собеседника, восприятия личности собеседника?

- a) общение как форма психической деятельности;
- b) общение как форма поведения;
- c) общение как межличностное взаимодействие;
- d) общение как психологические свойства личности;
- e) общение как средство формирования личности.

14. Общение – всегда есть диалог:

- a) одного человека с другим;
- b) наедине с собой;
- c) человека с машиной;
- d) технических устройств;
- e) все ответы верны.

15. Что является перцептивной стороной общения?

- a) восприятие друг друга партнерами по общению;
- b) взаимовлияние друг на друга участников общения;
- c) взаимодействие участников общения;
- d) обмен информацией между участниками общения;
- e) все ответы верны.

16. Что не относится к характеристике коммуникативной стороны общения?

- a) умение устанавливать психологический контакт;
- b) учет особенностей коммуникативного взаимодействия;
- c) аргументированность, логичность и адекватность ситуации общения;
- d) четкое распределение обязанностей между партнерами;
- e) эффективность использования вербальных и невербальных средств общения.

17. Интерпретация человеком причин и мотивов поведения других людей межличностного восприятия – это:

- a) перцепция;
- b) аттракция;
- c) эмпатия;
- d) каузальная атрибуция;
- e) апперцепция.

18. Какой из способов коммуникации самый пластичный?

- a) жест;
- b) речь;

- с) изображение;
- д) письмо;
- е) музыка.

19. Аксиальная коммуникация -это:

- а) восприятие друг друга партнерами по общению;
- б) взаимовлияние друг на друга участников общения;
- с) взаимодействие участников общения;
- д) массовая коммуникация;
- е) адресная коммуникация.

20. Информационным критерием эффективности межличностной коммуникации является:

- а) доброжелательность сторон коммуникации;
- б) желание сторон продолжить коммуникации;
- с) своевременность получения информации;
- д) сопровождение текста жестикуляцией;
- е) удовлетворенность партнеров по коммуникации.

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. Коммуникация как социальное и природное явление.
2. Структура коммуникативного знания и уровни обобщения коммуникативного знания. Специфика законов и категорий теории коммуникации.
3. Роль коммуникации в информационном обществе.
4. Понятия: «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
5. Антропосоциогенезис и социальная коммуникация.
6. Возникновение и развитие электронной коммуникации.
7. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли.
8. Проблема коммуникации в античной культуре.
9. Коммуникативная проблематика в христианской и новоевропейской культуре.
10. Современные концепции коммуникации.
11. Подходы технократического и интеракционного характера.
12. Теории массовой коммуникации.
13. Коммуникативные процессы и моделирование.
14. Системный подход в теории коммуникации.
15. Использование сравнительно-исторического метода для понимания различных периодов развития явлений, имеющих общие основания.
16. Методы социологических исследований и коммуникативный процесс.
17. Анализ коммуникации. Понятие контент-анализа.
18. Коммуникативные процессы и моделирование.
19. Системный подход в теории коммуникации.
20. Методы социологических исследований и коммуникативный процесс.
21. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации, специализированной и

- массовой коммуникации.
22. Сообщение (информация), код, канал.
 23. Факторы и барьеры коммуникации: психологические, языковые, социальные.
 24. Понятие эффективности коммуникации.
 25. Коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи, влияние каждого звена на эффективность коммуникации.
 26. Фигура коммуникатора: индивидуальное и институциональное в коммуникаторе. Престижность, надежность, доверительность как факторы общения с конкретным коммуникатором.
 27. Аудитория коммуникации, ее виды, психология аудиторий: объективные и субъективные характеристики.
 28. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.
 29. Средства коммуникации.
 30. Место естественного языка среди других знаковых систем.
 31. Речевое общение как способ коммуникации.
 32. Функции речи.
 33. Моделирование дискурса: ментальная модель, фреймы, сценарии.
 34. Возможности вербального воздействия на человека.
 35. Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной структуры. Невербальные средства коммуникации.
 36. Спор как разновидность речевой коммуникации.
 37. Стратегия и тактика аргументации.
 38. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Свойства и ситуативная обусловленность устноречевой коммуникации.
 39. Виды устноречевой коммуникации.
 40. Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции.
 41. Реализация синтеза речевых умений разных видов в учебно-научной и профессиональной коммуникации
 42. Управление как целенаправленное регулирующее воздействие на объект.
 43. Цели управления коммуникацией.
 44. Понятие коммуникационного менеджмента.
 45. Критерии диагностики коммуникативной структуры организации.
 46. Коммуникационная составляющая связей с общественностью.
 47. Проблемы межкультурной коммуникации.
 48. Уровни и формы межкультурной коммуникации.
 49. Этноцентризм, «отрицание» и «защита». Понятие «культурного шока».
 50. Понимание и принятие в межкультурной коммуникации.
 51. Сущность и виды коммуникаций в организации.
 52. Информационные коммуникации
 53. Коммуникация как функция управления организацией.
 54. Коммуникации объединения людей, совместно реализующих программу, цель и действующих на основе определенных правил и процедур.
 55. Разновидности коммуникаций в организации.
 56. Системность организационных коммуникаций.
 57. Характеристики коммуникативной среды организации.
 58. Формальные и неформальные коммуникации в организации
 59. Интерактивный, коммуникативный и перцептивный аспекты общения.
 60. Личностно-ориентированное и социальноориентированное общение.
 61. Интерактивная функция общения в управлении.
 62. Позиции в общении. Коммуникативные роли.
 63. Ситуации взаимодействия: социальные, целевые, психологические.
 64. «Манипуляторы» и «актуализаторы» в деловом общении.

65. Стратегии взаимодействия: избегание, соперничество, уступка, компромисс, сотрудничество.
66. Виды спора. Коммуникативные типы участников взаимодействия и техники преодоления несовместимости.
67. Методы генерирования идей: брейнстроминг, синектика, дельфи.
68. Внутригрупповые и межгрупповые дискуссии.
69. Методы активации мыследеятельности.
70. Факторы привлечения и поддержки внимания.
71. Снятие стереотипа и модели развития нового проблемного видения.
72. Понятие и функции имиджа в общении.
73. Концептуальные подходы к изучению имиджа.
74. Ценностные функции и типология имиджа.
75. Телесный имидж. Внешний вид. Тактика общения.
76. Этикет как технология делового общения.
77. Этика деловых отношений с коллегами, подчиненными и руководством.
78. Ведение переговоров: этические аспекты.
79. Использование современных информационных технологий в деловых отношениях.
Этические аспекты использования сети Интернет в деловых отношениях.
80. Понятие и структура имиджа организации.
81. Этапы формирования имиджа организации.
82. Влияние организационной структуры предприятия на характер деловых отношений.

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. Аргументиро- ванность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретически е знания в практически ую плоскость.	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в детализации, 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 № 8 от 04.03.2022 г.).