

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.10 РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ

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

Цель: формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы.

Задачи:

- формирование знаний о системе речевых жанров публичной коммуникации и навыков подготовки публичных выступлений перед различными аудиториями;
- практическая подготовка к выступлениям, созданию текста выступления и презентации в различных речевых жанрах и стилях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 4 семестр по очной форме обучения, 5 семестр по очно-заочной и заочной формам обучения.

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);

ОПК-1 - способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

ОПК-3 - способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

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)	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

языке(ах)		письменной коммуникации Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает: нормы соответствия русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов Умеет: создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владеет: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: достижения отечественной и мировой культуры и средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Умеет: использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владеет: навыком применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» 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	36/10
<i>в том числе:</i>		
Лекции	18	18/4
Практические занятия	18	18/6
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	72	72/94
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		
Вид	Зачет – 4 семестр	Зачет – 5 семестр
Трудоемкость (час.)	-	-/4
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	Основные понятия речевой коммуникации	2	-	-	9
2	Речевые тактики общения	2	2	-	9
3	Речевая этика в деловом общении	2	2	-	9
4	Стратегии и тактики речевой коммуникации	2	4	-	9
5	Невербальные средства общения	2	2	-	9
6	Виды, язык и стиль деловых документов	2	2	-	9
7	PR-тексты и их жанры	2	2	-	9
8	Реклама в деловой речи. Видеопрезентация. Особые типы рекламного текста (объявление, анонс, аннотация)	4	4	-	9
Итого (часов)		18	18	-	72
Форма контроля:		зачет			-
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	Основные понятия речевой коммуникации	2	-	-	9
2	Речевые тактики общения	2	2	-	9
3	Речевая этика в деловом общении	2	2	-	9
4	Стратегии и тактики речевой коммуникации	2	4	-	9
5	Невербальные средства общения	2	2	-	9
6	Виды, язык и стиль деловых документов	2	2	-	9
7	PR-тексты и их жанры	2	2	-	9
8	Реклама в деловой речи. Видеопрезентация. Особые типы рекламного текста (объявление, анонс, аннотация)	4	4	-	9
Итого (часов)		18	18	-	72
Форма контроля:		зачет			-
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	Основные понятия речевой коммуникации	-	-	-	12
2	Речевые тактики общения	1	-	-	12
3	Речевая этика в деловом общении	-	1	-	12
4	Стратегии и тактики речевой коммуникации	1	1	-	12
5	Невербальные средства общения	-	1	-	12
6	Виды, язык и стиль деловых документов	1	1	-	11
7	PR-тексты и их жанры	-	1	-	12
8	Реклама в деловой речи. Видеопрезентация. Особые типы рекламного текста (объявление, анонс, аннотация).	1	1	-	11
Итого (часов)		4	6	-	94
Форма контроля:		зачет			4
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основные понятия речевой коммуникации

Понятие «речевая коммуникация». Соотношение понятий: речь и язык, речевая деятельность, речевая ситуация, речевая деятельность, речевое общение. Речь и мышление. Внешняя и внутренняя речь. Речевая деятельность: Подготовка высказывания.

Структурирование высказывания. Переход к внешней речи. Восприятие, понимание, обратная связь. Формы, типы и виды речевой деятельности. Признаки речевой коммуникации: условия общения; количество участников; цель общения; характер ситуации. Виды речевой деятельности: говорение, слушание, письмо, чтение. Совмещение технических приёмов в процессе речевой и коммуникативной деятельности, понимание их как компонентов любого вида речевой деятельности.

Тема 2. Речевые тактики общения

Диалог как единое произведение речи. Типы диалога: командный, информационный, обучающий, соревновательный и др. Сущность полемики. Принципы и культура полемики. Особенности ведения дискуссии. Диспут. Интервью. «Круглый стол». Беседа: сущность и типы. Типы собеседников и стратегия поведения в беседе. Способы, помогающие избежать непродуктивных моделей беседы. Роль речевой тактики общения в рекламе и связях с общественностью. Этика и психология речевого поведения. Основные типы коммуникабельности людей. Характеристика невербальных форм общения, их роль и значение в речевом поведении. Интернациональный и национальный характер жестов. Особенности русской традиционной жестикуляции. Язык и психологические функции мимики. Роль и функции позы собеседников в речевом общении. Принцип обязательной ориентации адресата в речи и способы создания эффекта речевого движения в общении.

Тема 3. Речевая этика в деловом общении

Деловые переговоры. Культура речи делового человека. Речевая этика. Деловая беседа и публичные выступления. Понятие деловая беседа. Функции деловой беседы. Основные этапы деловой беседы: подготовка к беседе, начало беседы, аргументированное и обоснованное выдвижение идей, завершение беседы. Нормы этикета при ведении деловой беседы. Психологические особенности поведения человека при проведении деловой беседы. Соотношение деловой беседы и публичного выступления. Подготовка к публичному выступлению: выбор темы, определение целевой установки. Основные технологии произнесения речи: начало выступления, как завоевать и удержать внимание аудитории, как завершить выступление. Секреты ораторского искусства. Правила подготовки переговоров. Методы и тактические приемы ведения переговоров. Подведение итогов переговоров. Психологические особенности деловых переговоров. Формированием необходимых психологических состояний при ведении деловых переговоров.

Тема 4. Стратегии и тактики речевой коммуникации

Устная форма речи. Основы социально-политического красноречия. Речь как демонстрация социального статуса. Деловой разговор и его виды. Тактики и стратегии делового общения. Невербальная культура делового разговора. Развитие мысли в сообщении: звуковые и вербальные диалоги. Событийная последовательность и удержание мысли. Психологическая культура делового разговора. Бизнес-аргументация: структура, методы убеждения собеседника. Манипулятивные тактики общения и их нейтрализация. Коммуникативные барьеры в деловом общении.

Тема 5. Невербальные средства общения

Восприятие партнера по невербальным каналам, подготовка выводов на основе комплексного наблюдения за внешним проявлением и поведением партнера. «Чтение» партнера по его: осанке, позам, жестам, походке, голосу, выражению лица. Жесты, сопровождающие общение: иллюстративные жесты; жесты регуляторы поведения; дирижирующие жесты; ораторские жесты; аффективные жесты, а также, жесты-эмблемы,

имеющие определенное значение и специфичные для определённой страны. Чтение жестов и поз, влияющих на партнера при принятии положительных и отрицательных решений. Пространственные зоны общения. Расположение партнеров за столом и вне его, в ситуациях речевого общения.

Тема 6. Виды, язык и стиль деловых документов

Организационно-распорядительная документация. Особенности делового письма. Доклады и обзоры. Личные резюме. Приказы. Протоколы (простые и сложные). Акты. Докладные и объяснительные записки (внешние и внутренние). Язык и стиль распорядительных документов. Языковая точность. Языковые стандарты делового письма. Языковые трафареты и стандарты инструктивно-методических документов. Коммерческое письмо и его типы. Язык и стиль коммерческой корреспонденции.

Общие свойства стиля. Нейтральность изложения. Лаконичность и краткость. Точность, ясность выражения мысли. Употребление специальной терминологии, использование устойчивых речевых формул, сочетаемость слов в предложении. Языковые особенности коммерческой корреспонденции.

Тема 7. PR-тексты и их жанры

Базисные PR-тексты и их жанры. Определение жанров базисных PR-текстов. Отличие PR-текстов от текстов смежных коммуникационных форм; разграничение рекламных, журналистских и PR-текстов. Принципы классификации и жанровой типологии текстов в PR-коммуникациях. Первичные PR-тексты: оперативно-новостные жанры (пресс-релиз, приглашение); исследовательско-новостные (бэкграундер, лист вопросов-ответов); фактологические жанры (факт-лист, биография); образно-новостные жанры (байлайнер, поздравление, письмо). Вторичные (или медиатексты) PR-тексты (имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори). Комбинированные PR-тексты и их жанры. Классификация комбинированных PR-текстов: пресс-кит, буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер (внутри- и внешнекорпоративный), листовки. Типология корпоративных изданий. Анализ структуры и содержания корпоративных изданий. Анализ структуры и содержания пресс-кита.

Тема 8. Реклама в деловой речи. Видеопрезентация. Особые типы рекламного текста (объявление, анонс, аннотация)

Специфические компоненты рекламного текста (логотип, слоган). Содержательная новизна рекламных текстов. Анализ имиджевых статей, имиджевых интервью, кейс-стори. Составление и анализ резюме. Анализ политических и корпоративных слоганов. Пресс-ревью. Современная русская реклама как область творчества делового человека. Общая характеристика языка рекламы. Текст рекламы и язык рекламы. Сложные сравнения, игра слов, синонимы. Чувство меры, простота и естественность языка рекламы. Типичные недостатки рекламных текстов. Видеопрезентация как синкретический жанр коммуникации.

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. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров).
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>
2. Яшин Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций / Б.Л. Яшин. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 243 с.
Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211>
3. Пшеничная П. В. PR-деятельность в шоу-бизнесе понятие, характеристика, используемые технологии. / П.В. Пшеничная. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 45 с.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97296
4. Постовская Я. А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы / Я.А. Постовская. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 165 с.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97295
5. Федорова Е. Виды маркетинговых коммуникаций / Е. Федорова. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 65 с.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=97429
6. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны»): учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 260 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124>
7. Левкин В.Е. Тренинг конфликтнезависимости: учебное пособие / В.Е. Левкин. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 166 с.: ил., табл.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450205>
8. Яшин Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций/ Б.Л. Яшин. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 243 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211>
9. Филиппова О.А. Обучение эмоциональному речевому воздействию: учебное пособие / О.А. Филиппова. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2017. – 143 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114481>
10. Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке: практикум/ сост. Е.П. Попова, И.В. Кострулёва; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2018. – 226 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562678>
11. Хазагеров Г.Г. Риторика для делового человека: учебное пособие / Г.Г. Хазагеров, Е.Е. Корнилова. - 5-е изд., стер. - Москва: Издательство «Флинта», 2018. - 135 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=70389>

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. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России - ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России
10. <https://psyera.ru/articles/psihologiya-upravleniya> - статьи по психологии управления, маркетингу и другим гуманитарно-правовым наукам.
11. <https://hbr-russia.ru/karera/kommunikatsii> - информационно-аналитические статьи о коммуникациях в организации журнала «Harvard Business Review» (ежемесячный научно-популярный журнал, посвященный различным вопросам управления бизнесом)
12. <https://www.ipra.org/> - сайт Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA)
13. <http://press-service.ru> - специализированный журнал «Пресс-служба» для всех, кто работает в области public relations
14. <http://mediabitch.ru/> - независимый журнал о PR

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.10 РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ
В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ**

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
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает: нормы соответствия русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов Умеет: создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владеет: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: достижения отечественной и мировой культуры и средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Умеет: использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владеет: навыком применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
--	--	--

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	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	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

[illegible]

отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Не владеет: навыком применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	многообразие достижений отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но часто испытывает затруднения В целом владеет: навыком применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но часто испытывает затруднения	отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но иногда испытывает затруднения Владеет: навыком применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но иногда испытывает затруднения	использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владеет: навыком применения многообразия достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
--	---	---	--

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

1. Собеседник, для которого характерно: а) испытывает трудности при вступлении в общение; б) когда первый этап пройден, четко формулирует свои мысли; в) требует вступления в разговор, – это такой собеседник:

- а) ригидный
- б) мобильный
- в) интровертный

2. Включает в себя содержание и смысл, определенным образом оформленные (тип, жанр, стиль речи) – такой компонент коммуникации:

- а) знаковый
- б) текстовый
- в) процессуальный

3. Процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей:

- а) чтение
- б) полилог
- в) диалог

4. Наименование комплексного способа описания языковой способности индивида,

соединяющего системное представление языка с функциональным анализом текстов, – это языковая(ое, ый):

- а) личность
- б) барьер
- в) воздействие

5. Состояние человека, являющееся результатом сильной переключаемости и слабой сосредоточенности:

- а) сосредоточенность
- б) мнимая рассеянность
- в) подлинная рассеянность

6. Речевая тактика, выражение своего несогласия, с тем чтобы понять позицию оппонента, называется:

- а) неожиданностью
- б) провокацией
- в) Сократовским методом ответа

7. Состояние человека, связанное с чрезмерной сосредоточенностью на своих мыслях, чувствах, переживаниях в сочетании с низкой переключаемостью на другие предметы, мысли, чувства:

- а) концентрация
- б) подлинная рассеянность
- в) мнимая рассеянность

8. Речевая тактика, заключающаяся в использовании неожиданной информации:

- а) неожиданность
- б) обращение к авторитету
- в) момент неформальности

9. Общение, при котором определены социальные роли – «учитель – школьник»:

- а) деловое общение
- б) примитивное общение
- в) формально-ролевое общение

10. Включает в себя все виды речевой деятельности участников общения: говорение, слушание, письмо, чтение – ... компонент коммуникации:

- а) речевой
- б) процессуальный
- в) знаковый

11. Речевая тактика, которая выглядит как «вы, как умный человек разберетесь в данной ситуации», называется:

- а) «подмазыванием» аргумента
- б) провокацией
- в) неожиданностью

12. Собеседник, для которого характерно: а) не стремится владеть инициативой, скромнен; б) резкие фразы выводят его из колеи; в) присутствие посторонних его сковывает; г) его следует поддерживать, выказывая уважение и понимание, не перебивать:

- а) ригидный собеседник
- б) интровертный собеседник
- в) мобильный собеседник

13. Недостижение инициатором общения коммуникативной цели, прагматических устремлений, отсутствие взаимодействия, взаимопонимания и согласия между участниками общения:

- а) коммуникативные неудачи
- б) чуждая коммуникативная среда
- в) стилевой барьер

14. Речевая тактика, при которой неблагоприятную информацию подкрепляют словами, что «так бывает», называется:

- а) неожиданностью
- б) примером
- в) обобщением

15. Верны ли определения:

- 1. реферат – это краткая характеристика, например, статьи с точки зрения ее назначения, содержания, формы и других особенностей
- 2. реферат – это краткое изложение содержания статьи, включающее основные фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с ней и определения целесообразности обращения к ней

- а) только 2
- б) только 1
- в) оба верны
- г) нет верного ответа

16. Верны ли определения:

- 1. чтение – это способность головного мозга воспринимать окружающую нас действительность, запечатлевать ее в нервных клетках, хранить воспринятые сведения в виде следов впечатлений, затем по мере необходимости воспроизводить своими словами
- 2. чтение – это рецептивный вид речевой деятельности, связанный со зрительным восприятием речевого сообщения, закодированного с помощью графических символов

- а) только 1
- б) только 2
- в) оба верны
- г) нет верного ответа

17. Верны ли определения:

- 1. ситуационный интерес – это интерес к чему-либо в данный момент времени
- 2. ситуационный интерес – это общечеловеческие интересы, касающиеся общих вопросов жизни общества

- а) только 1
- б) только 2
- в) оба верны
- г) нет верного ответа

18. Верны ли определения:

- 1. примитивное общение – это общение, при котором оценивают объект с точки зрения пользы или отсутствия таковой
- 2. примитивное общение – это общение, при котором определены социальные роли – «учитель – школьник»

- а) только 2
- б) только 1
- в) оба верны

г) нет верного ответа

19. Краткое изложение содержания статьи, включающее основные фактические сведения и выводы, необходимые для первоначального ознакомления с ней и определения целесообразности обращения к ней:

- а) курсовая
- б) конспект
- в) реферат

20. Абсолютно формальное общение, при котором говорят то, что положено говорить в подобной ситуации, называется таким общением:

- а) примитивным
- б) светским
- в) манипулятивным

21. Краткая характеристика, например, статьи с точки зрения ее назначения, содержания, формы и других особенностей:

- а) аннотация
- б) курсовая
- в) конспект

22. Жест, при котом руки сведены за спину, и там одна рука сильно сжимает другую руку, называется жестом:

- а) защиты
- б) самоконтроля
- в) открытости

23. Краткая запись содержания прочитанного называется:

- а) аннотацией
- б) лекцией
- в) конспектом

24. Универсальная знаковая система, возникшая естественным образом и используемая для общения людей, выражения их мыслей, чувств и волеизъявления, называется:

- а) искусственным языком
- б) естественным языком
- в) коммуникацией

25. Речь, требующая адекватного доказательства и логического рассуждения, – это такая речь:

- а) информационная
- б) развлекательная
- в) убеждающая

26. Личность, для которой характерно следующее: а) стремится завладеть ситуацией, не любит, чтобы его перебивали, говорит громко; б) в разговоре с ним не рекомендуется перехватывать инициативу, перебивать; в) дождавшись паузы, необходимо четко и быстро сформулировать свои вопросы, адресованные ему:

- а) ригидный собеседник
- б) доминантный тип языковой личности
- в) интровертный собеседник

27. Культурное речевое действие диалогового характера, направленное на субъект или

объект как на партнера коммуникации с целью сообщения информации о себе, о другом или оценки кого-либо или чего-либо:

- а) речевая коммуникация
- б) чуждая коммуникативная среда
- в) стилевой барьер

28. Зона общения с большой аудиторией, на расстоянии более 3,6 м,:

- а) межличностное расстояние
- б) социальная зона
- в) общественная зона

29. Общение, при котором учитываются индивидуальные особенности личности, но для интереса дела, – это такое общение:

- а) деловое
- б) примитивное
- в) духовное

30. Язык математических, физических, химических символов, системы сигнализации (знаки дорожного движения; технические стандарты; музыкальные знаки; азбука Морзе), созданный людьми специально для обслуживания отдельных сфер их деятельности:

- а) коммуникация
- б) искусственный язык
- в) естественный язык

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 зачету:

1. Понятие «речевая коммуникация». Внешняя и внутренняя речь.
2. Речевая деятельность. Формы, типы и виды речевой деятельности.
3. Виды речевой деятельности.
4. Речевые тактики общения.
5. Диалог как единое произведение речи.
6. Сущность полемики. Принципы и культура полемики.
7. Особенности ведения дискуссии. Диспут. Интервью. «Круглый стол».
8. Беседа: сущность и типы. Типы собеседников и стратегия поведения в беседе.
9. Способы, помогающие избежать непродуктивных моделей беседы.
10. Роль речевой тактики общения в рекламе и связях с общественностью.
11. Этика и психология речевого поведения.
12. Основные типы коммуникабельности людей.
13. Характеристика невербальных форм общения, их роль и значение в речевом поведении. Интернациональный и национальный характер жестов.
14. Особенности русской традиционной жестикуляции.
15. Язык и психологические функции мимики.
16. Роль и функции позы собеседников в речевом общении.
17. Принцип обязательной ориентации адресата в речи и способы создания эффекта речевого движения в общении.

18. Речевая этика в деловом общении.
19. Деловые переговоры.
20. Деловая беседа и публичные выступления.
21. Подготовка к публичному выступлению: выбор темы, определение целевой установки. Основные технологии произнесения речи.
22. Правила подготовки переговоров. Методы и тактические приемы ведения переговоров.
23. Стратегии и тактики речевой коммуникации.
24. Устная форма речи. Основы социально-политического красноречия.
25. Речь как демонстрация социального статуса.
26. Деловой разговор и его виды. Тактики и стратегии делового общения.
27. Невербальная культура делового разговора.
28. Бизнес-аргументация: структура, методы убеждения собеседника.
29. Манипулятивные тактики общения и их нейтрализация.
30. Коммуникативные барьеры в деловом общении.
31. Невербальные средства общения.
32. Виды, язык и стиль деловых документов.
33. Организационно-распорядительная документация.
34. Особенности делового письма.
35. Коммерческое письмо и его типы.
36. PR-тексты и их жанры.
37. Принципы классификации и жанровой типологии текстов в PR-коммуникациях. Первичные и вторичные PR-тексты.
38. Комбинированные PR-тексты и их жанры.
39. Реклама в деловой речи. Видеопрезентация.
40. Особые типы рекламного текста (объявление, анонс, аннотация).
41. Специфические компоненты рекламного текста (логотип, слоган).
42. Анализ имиджевых статей, имиджевых интервью, кейс-стори.
43. Составление и анализ резюме.
44. Анализ политических и корпоративных слоганов. Пресс-ревью.
45. Современная русская реклама как область творчества делового человека.
46. Текст рекламы и язык рекламы.
47. Типичные недостатки рекламных текстов.
48. Видеопрезентация как синкретический жанр коммуникации.

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	знание структуры основного

		теоретическ е знания в практическу ю плоскость.	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.).