

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 14.02.2023 16:01:15
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b14ca9f82

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакommunikаций

УТВЕРЖДЕНА
решением методической комиссии по
направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью»
СЗИУ РАНХиГС
Протокол от «12» марта 2021 г. № 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.01 Деловые отношения и делопроизводство

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

ДОиД

краткое наименование дисциплины (модуля)

по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Реклама и связи с общественностью

в государственных и негосударственных организациях

направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Год набора – 2021

Санкт-Петербург, 2021 г.

Автор-составитель:

К.полит.н., доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Горбатова Н.В.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Деловые отношения и делопроизводство» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора достижения компетенции</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-6	способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-6.2	ведет переговоры (переписку) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; ведет переговоры с представителями телеканалов / радиостанций для согласования сетки вещания; оценивает качество сценарного материала, в случае необходимости формулирует требования по доработке и внесению необходимых изменений; ведет базы данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам; снижает негативные реакции, поддерживает дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет дискуссиями с участниками сообщества

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код индикатора достижения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
<p>ОТФ: определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ (811, код А/01.6)</p> <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • поиск идеи / материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; • определение темы и основного содержания нового продукта и новостного блока; • оценка оригинальности идеи нового продукта; • оценка актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности; • определение целевой аудитории нового продукта; • согласование тематики нового продукта с руководством канала. <p>ОТФ: подготовка создания сценарного материала нового продукта (811, код А/02.6)</p> <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • инициирование творческих идей для создания новых продуктов; • ведение переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; • оценка качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению необходимых изменений. • формирование требований к создаваемому сценарному материалу; • контроль сроков выполнения работ по подготовке 	ПК-6.2	<p>Необходимые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> • принципы создания и редактирования текстов; • знание специальной терминологии веб-этикета; • основные принципы делового общения, правила делового этикета, основные формы осуществления деловой коммуникации. <p>Необходимые умения и навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей; • владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей; • изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов; • определять необходимость оперативного влияния на ситуацию; • оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации; • определять рекламную стратегию для продвижения конечного

<p>сценарного материала.</p> <p>ОТФ: организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания (811, код А/07.6)</p> <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ведение переговоров с представителями телеканалов / радиостанций для согласования сетки вещания. • организация проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга. <p>ОТФ: модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях (629, код В/05.5)</p> <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обработка комментариев пользователей, подготовка оперативных ответов или поручение этой задачи сотрудникам организации; • анализ и корректировка ответов, подготовленных представителями организации; • ведение баз данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам; • модерирование сообщений и комментариев пользователей; • управление несколькими сообществами в социальных сетях; • управление дискуссиями с участниками сообщества; • повышение посещаемости, снижение негативных реакций, поддержание дружелюбной тональности в комментариях к официальным сообщениям организации; • настройка параметров форума и управление характеристиками постоянных пользователей; • совершенствование процесса модерации. 		<p>продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> • формировать имидж продукта; • ставить цели и определять пути их достижения; • принимать оперативные обоснованные решения; • использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи; • использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий; • работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации.
--	--	---

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академич. часов, 81 астроном. час.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах/астрономич. часах)
Общая трудоемкость	108/81
Контактная работа с преподавателем	36/27 2/1,5 ч. консультации
Лекции	16/12
Практические занятия	20/15
Самостоятельная работа	36/27
Контроль самостоятельной работы	
Виды текущего контроля	устный опрос, тестирование, собеседование (групповое)
Форма промежуточной аттестации	Экзамен – 5 семестр

Место дисциплины. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Деловые отношения и делопроизводство» относится к дисциплинам по выбору. Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре и закладывает теоретический и методологический фундамент для работы выпускника в политических партиях, избирательных комиссиях различного уровня, а также при прохождении преддипломной практики и для подготовки выпускной квалификационной работы.

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин, как «Введение в профессию», «Основы маркетинга», «Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления», «Связи с общественностью в "электронном государстве"».

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения обучающимися следующими дисциплинами профессиональной подготовки: «Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью», «Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью».

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

Наименование темы	Всего	Объем дисциплины (модуля), час.				Самост.ра бота	Формы контроля (очно/заочно)
		Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
		Л/ДОТ	ЛР	ПЗ/ДОТ	КСР		
Очная форма обучения							
Тема 1. Деловое общение как механизм формирования отношений: понятие, характеристика, структура.	9	2		2		5	УО*/Т**
Тема 2. Деловая коммуникация, ее сущность и характеристики	9	2		2		5	УО*/Т**
Тема 3. Организации и трудовые коллективы как субъекты делового общения.	9	2		2		5	УО*/Т**
Тема 4. Устные средства осуществления делового общения в деятельности специалиста по рекламе и СО	9	2		2		5	УО*/Т**
Тема 5. Письменные формы осуществления делового общения в деятельности специалиста по рекламе и СО	11	4		2		5	УО*/Т**
Тема 6. Этика делового общения и деловой этикет	11	2		4		5	УО*/Т**
Тема 7. Конфликты в деловом общении	14	2		6		6	УО*/Т**/СТ***

Промежуточная аттестация	36/27 2/1,5*						Экзамен
ИТОГО	108/81	16/12		20/15		36/27	

*Консультация входит в объем контактных часов по дисциплине.

УО* – устный опрос

Т** – тестирование

СТ*** – собеседование (групповое)

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Деловое общение как механизм формирования отношений: понятие, характеристика, структура.

Понятие отношений. Сущностные характеристики отношений. Структурные параметры отношений. Общение как механизм формирования отношений. Понятие общения. Общение в системе человеческих потребностей. Общение в процессе социализации человека. Общение и деятельность, их взаимосвязь. Общение и коммуникация: общее и особенное. Диалогичность как сущностная черта общения. Субъект и объект общения. Типология общения. Уровни общения (классификации Э. Берна, Н. Сагатовского и др.). Интимно-личностное, деловое, групповое, массовое общение.

Тема 2. Деловая коммуникация, ее сущность и характеристики

Специфика и основные задачи деловой коммуникации. Характеристики делового общения: предметно-целевое содержание коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия, взаимозависимость участников деловой коммуникации, коммуникативный контроль, формальные, конвенциональные, эмоциональные и ситуативные ограничения. Стили взаимодействия партнеров в деловой коммуникации: продуктивный, подавляющий, дистанционный, прагматический, популистский, дружеский и т.д. Проблема коммуникативной компетентности делового человека.

Тема 3. Организации и трудовые коллективы как субъекты делового общения.

Особенности делового общения в разных социальных группах. Организация как субъект и объект деловых отношений. Влияние организационной структуры предприятия на характер деловых отношений. Проблема совместимости и сработанности в группе. Типы поведения личности в организации. Стратегия взаимодействия как способ объединения индивидуальных усилий людей в ходе совместной деятельности.

Тема 4. Устные средства осуществления делового общения в деятельности специалиста по рекламе и СО.

Деловая беседа как специально организованный предметный разговор. Классификация деловых бесед. Технология кадровых бесед. Проблемные или дисциплинарные беседы. Беседа как исследовательский и творческий жанр журналистика и связей с общественностью. Технология телефонных бесед. Совещания и собрания.

Тема 5. Письменные формы осуществления делового общения в деятельности специалиста по рекламе и СО.

Особенности официально-делового стиля. Язык служебных документов. Приказ, протокол, Решение, Договор. Организационно-распределительная документация: резюме, заявление, анкета, докладная и объяснительная записка. Деловые письма: соглашения, запросы,

сопроводительные письма. Поздравления. Извинения. Некролог и соболезнования. Письма-ответы с благодарностью. Служебные записки для внутренней коммуникации.

Тема 6. Этика делового общения и деловой этикет

Этика делового общения. Понятие и содержание. Профессиональная этика. Деловой этикет. Структура этикета. Функции этикета. Этикет приветствия. Визитная карточка. Телефонный этикет. Этикет делового подарка. Национальные особенности делового общения. Приемы и их организация.

Тема 7. Конфликты в деловом общении

Конфликты в деловых отношениях, их причины и сущность. Конфликты в ходе осуществления профессиональной деятельности специалиста по рекламе и СО. Стратегии поведения в конфликте: конфронтация, избегание, приспособление, компромисс, сотрудничество. Медиация в конфликте. Проблема прогнозирования и предупреждения конфликтов.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Деловые отношения и делопроизводство» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, тестирование;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: собеседование (групповое).

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, разбор конкретных ситуаций.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Вопросы для устного опроса

Тема 1

1. Дайте определение понятиям «общение» и «деловое общение».
2. Интерактивный, коммуникативный и перцептивный аспекты общения?
3. Взаимосвязь процессов общения и коммуникации

Тема 2

4. Субъект и объект общения в деловой коммуникации
5. Стили общения партнеров в деловой коммуникации
6. Составляющие коммуникативной компетентности в различных профессиях (журналистов, специалистов по связям с общественностью, политиков, государственных служащих)

Тема 3

7. Социально-психологические особенности рабочей группы и деловое общение в ней
8. Виды коммуникации в организации
9. Устные средства делового общения
10. Беседа как форма делового общения

Тема 4

11. Совещание как форма делового общения
12. Интервью как форма делового общения
13. Письменные средства делового общения

Тема 5

14. Особенности официально-делового стиля.
15. Взаимосвязь делового общения и профессиональной этики в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью

Тема 6

16. Нормы этикета и деловое общение
17. Нормы этикета при ведении деловых переговоров
18. Причины возникновения конфликтов в ходе делового общения

Тема 7

19. Стили поведения в конфликте
20. Медиация и ее применение в деловом общении
21. Способы предупреждения конфликтов

Примеры тестовых заданий

Тема 1

1. Для результативного проведения деловых встреч, бесед, переговоров:
 1. необходимо контролировать свои движения и мимику;
 2. стараться интерпретировать реакции партнера;
 3. понимать язык невербальных компонентов общения;
 4. пользоваться всеми выше перечисленными пунктами.

Тема 2-3

2. Равноправие участников, свободный обмен мнениями и взглядами подразумевает беседа:

1. за “Т” – образным столом;
2. за круглым столом;
3. за журнальным столиком;
4. этот психологический аспект не учитывается.

Тема 4

3. Какой из перечисленных факторов может отрицательно повлиять на атмосферу общения при первой встрече?

1. очки с затемненными стеклами;
2. располагающий взгляд
3. доброжелательная улыбка
4. строгий деловой костюм

Тема 5

4. Жесты какого типа имеют наибольшую национальную и культурную специфику и значительно разнятся в зависимости от страны?

1. жесты-иллюстраторы;
2. жесты-регуляторы;
3. жесты-адаптеры;
4. жесты-символы.

Тема 6

5. В каких случаях употребляются жесты-иллюстраторы?

1. для пояснения сказанного словами;
2. для усиления тех или иных моментов сообщения;
3. для подчеркивания ключевых моментов беседы;
4. во всех выше перечисленных случаях.

Тема 7

6. В перечисленных вариантах найдите тот, который не предполагает употребление жестов-адаптеров?

1. в ситуациях стресса;
2. в затруднительных ситуациях;
3. для пояснения сказанного;
4. служат признаком переживаний;
5. все перечисленные выше случаи.

Список терминов для собеседования (группового)(тема 7)

1. Вербальное общение
2. Внушение
3. Дебаты, прения

4. Деловая беседа
5. Деловая риторика
6. Деловое общение
7. Деловой этикет
8. Совещания
9. Диспут
10. Дискуссия
11. Закрытые вопросы
12. Закрытые жесты
13. Заражение
14. Имидж
15. Кинесика
16. Коммуникативная компетентность
17. Коммуникация
18. Конфликт
19. Культура речевого общения
20. Лексическая культура
21. Манипуляция
22. Межличностный конфликт
23. Модель поведения
24. Невербальное общение
25. Невербальные средства общения
26. Нереплексивное слушание
27. Неконгруэнтность
28. Общение
29. Оппонент
30. Паралингвистика или просодика
31. Переговоры
32. Перцептивная сторона общения
33. Позиционные переговоры
34. Полемика
35. Презентация
36. Проксемика
37. Просодические (паралингвистические) средства общения
38. Раппорт
39. Риторические вопросы
40. Социальная перцепция
41. Убеждение
42. Фонетическая культура
43. Эмпатия
44. Эффект новизны
45. Эффект паузы

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Таблица 5(1)

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора достижения компетенции</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-6	способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-6.2	ведет переговоры (переписку) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; ведет переговоры с представителями телеканалов / радиостанций для согласования сетки вещания; оценивает качество сценарного материала, в случае необходимости формулирует требования по доработке и внесению необходимых изменений; ведет базы данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам; снижает негативные реакции, поддерживает дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет дискуссиями с участниками сообщества

Таблица 5(2)

<i>Индикатор освоения компетенции</i>	<i>Показатель оценивания</i>	<i>Критерий оценивания</i>
ПК-6.2	Студент умеет найти новый материал для создания нового продукта, а также оценить все компоненты коммуникативной ситуации, влияющие на успешность продвижения нового продукта. Студент умеет выступать публично на мероприятиях по продвижению нового продукта.	Студент самостоятельно ориентируется в источниках информации, мотивированно подбирает новый материал для продвижения продукта или создания нового продукта, грамотно формирует и доносит до целевой аудитории публичную речь.

Структура билета: в каждом билете по 2 вопроса и практическая часть с практическим заданием, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Общение как коммуникативная деятельность. Интерактивный, коммуникативный и перцептивный аспекты общения.
2. Интерактивная функция общения. Организация совместной деятельности. Позиции в общении.
3. Коммуникативные роли. Ситуации взаимодействия: социальные, целевые, психологические.
4. Стратегии взаимодействия: избегание, соперничество, уступка, компромисс, сотрудничество.
5. Внутригрупповые и межгрупповые дискуссии.
6. Методы активного обучения и развития, формирование ситуативного и стратегического мышления.
7. Перцептивная функция общения. Контакт, приемы его установления.

8. Установки и их влияние на контакт.
9. Управление контактом в диалоге, в дискуссии.
10. Тренировка и правила сообщения обратной связи. Обратная связь (негативная и позитивная) как способ контроля контакта в разговоре. Проблемы нахождения взаимопонимания.
11. Круги общения и уровни понимания. Когнитивное, дивергентное, конвергентное мышление.
12. Роль эмпатии и рефлексии в деловом общении. Развитие сензитивности как условие конструктивного взаимодействия.
13. Виды деловых контактов: деловой разговор, беседа, деловое совещание, деловая встреча, собрание.
14. Коммуникативные роли субъектов общения. Уровни правового, нравственного общения, манипулирования, «рефлексивной игры».
15. Публичное выступление. Специфические особенности речи. Информационная, убеждающая, побуждающая речь. Механизмы и практические приемы завоевания внимания аудитории.
16. Деловая полемика: спор, дебаты, дискуссии, прения. Позиции участников полемики и правила их поведения. Уловки, сомнительные приемы и «хитрые» аргументы для реализации коммуникативных намерений участников полемики. Техника продуктивной аргументации.
17. Консультирование и телефонная коммуникация в работе с клиентами.
18. Презентации. Подготовка к презентации и психологические приемы ее проведения.
19. Коммуникативные барьеры: логический, стилистический, лингвистический, фонетический.
20. Психологические барьеры: барьер первого впечатления, установки, отрицательных эмоций.
21. Слушание и проблемы понимания информации. Физические барьеры в коммуникации.
22. Типы сигналов тела: поза, мимика, жестикуляция, дистанцирование, интонация, походка. Вербализация ощущений. Внешняя поза и внутренняя позиция.
23. Зоны и дистанции. Статус, интимная зона и безопасность. Личная, общественная, открытая зоны. Сигналы дистанции.
24. Конфликты, их виды, структура, стадии протекания.
25. Предпосылки возникновения конфликта в процессе общения.
26. Стратегия поведения в конфликтной ситуации.
27. Конфликт в лично-эмоциональной сфере и его влияние на деловое общение.

28. Этика делового общения.
29. Современные взгляды на место этики в деловом общении.
30. Общие этические принципы и характер делового общения.
31. Речевой этикет.
32. Правила и этикет общения по факсу, телексу.
33. Психологические типы личности и их учет при организации делового общения
34. Учет при организации делового общения достижений современной психологии.
35. Организация деловых переговоров
36. Характеристика основных методов ведения деловых переговоров.
37. Способы оценки достигнутых в процессе переговоров соглашений.
38. Документационное обеспечение делового общения: сущность, необходимость виды.
39. Деловая беседа, сфера применения, основные этапы организации и проведения.

Пример практического задания

Обоснуйте свой вариант резюме для трудоустройства в рекламном агентстве. Подготовьтесь к устному комментарию положений резюме.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

В институте устанавливается следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки:

Таблица 6

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	А
86-95	отлично	В
71-85	хорошо	С
61-70	хорошо	Д
51-60	удовлетворительно	Е

4.4. Методические материалы Описание системы оценивания

Таблица 7

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Устный опрос	<ul style="list-style-type: none"> Корректность и полнота ответов 	<ul style="list-style-type: none"> Полный, развернутый и подкрепленный примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 0,5-1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Собеседование (групповое)	Знание понятийно-терминологического аппарата дисциплины	Каждый студент дает определение 10-ти терминам. Каждый правильно истолкованный термин – 1 балл
Тестирование	<ul style="list-style-type: none"> Процент правильных ответов на вопросы теста. 	Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 6 баллов; 76 - 90% – 8 баллов; 91 - 100% – 10 баллов.
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением примеров	Полный иллюстрированный ответ – 10 баллов Неполный ответ с примерами – 5 баллов Неполный ответ без примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов

Экзамен проходит в форме устного собеседования по вопросам билета. На подготовку к ответу дается 45 минут. На экзамене предусмотрено выполнение практического задания в качестве практической части билета. *Структура билета:* в каждом билете по 2 вопроса и практическое задание. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Собеседование по терминам. Словарь терминов (45 терминов указаны в разделе 4.2) составляется в отдельной тетради. При подготовке словаря терминов студент использует литературу из списка основной и дополнительной литературы, а также материалы лекций. Проверка данного вида работы осуществляется на последнем семинарском занятии путем собеседования по терминам: каждый студент должен без дополнительного времени на подготовку дать определение не менее чем 5 терминам (на выбор преподавателя) из списка терминов.

Самостоятельная внеаудиторная работа по дисциплине предусматривает:

- 1) составление словаря терминов для подготовки к собеседованию по терминам;

Тестирование. Проводится по всему содержанию дисциплины на последних семинарских занятиях.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

Вопросы для самопроверки

1. Охарактеризуйте понятие отношения
2. Опишите сущностные характеристики отношений
3. Охарактеризуйте понятие общения
4. Какую роль играет общение в процессе социализации человека?
5. Выявите общее и особенное в процессах общения и коммуникации.
6. Кто является субъектом общения?
7. Какие типологии общения Вы знаете?
8. Назовите уровни общения (классификация Э. Берна)?
9. Назовите уровни общения (классификация Н. Сагатовского)?
10. Перечислите и охарактеризуйте характеристики делового общения
11. Перечислите и охарактеризуйте стили взаимодействия партнеров в деловой коммуникации
12. Из каких элементов складывается коммуникативная компетентность делового человека?
13. Назовите особенности делового общения в разных социальных группах
14. Охарактеризуйте влияние организационной структуры предприятия на характер деловых отношений.
15. Опишите технологию кадровых бесед
16. Какие классификации деловых бесед Вы знаете?
17. Опишите технологию проведению проблемных или дисциплинарных беседы-
18. В чем значение беседы как исследовательский и творческий жанр журналистика и связей с общественностью
19. Опишите технологию беседы как исследовательский и творческий жанр журналистика и связей с общественностью
20. Опишите технологию телефонных бесед
21. В чем особенности проведения телефонных бесед
22. В чем особенности официально-делового стиля
23. Какие стратегии поведения в конфликте Вы знаете?
24. Охарактеризуйте технологию медиации
25. С какими целями используется медиация в конфликте
26. Охарактеризуйте технологию фасилитации
27. С какими целями используется фасилитация в конфликте
28. Какие стили ведения переговоров Вы знаете?
29. Назовите этапы подготовки и проведения переговоров?

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для экзамена и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения экзамена могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеорекамеры. Видеорекамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для экзамена, преподаватель имеет право выставить оценку «неудовлетворительно».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к экзамену.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Кузьмина Е.Г. Деловая культура и психология управления / Кузьмина Е.Г., Бубчикова Н.В. – М.: Флинта, 2015. – <https://idp.nwipa.ru:2706/reader/book/72661/#1>
2. Кузнецов П.А. Деловое общение. – М.: Дашков и Ко, 2012. – <https://idp.nwipa.ru:2706/reader/book/3569/#3>
3. Кузнецов И.Н. Деловое письмо. – М.: Дашков и К, 2015. – <https://idp.nwipa.ru:2706/reader/book/56197/#1>
4. Сосновская А.М. Деловая коммуникация и переговоры. – СПб.: СЗАГС. 2011. – [http://nwipa.ru/cat/output/NL_ELCAT/cat_bb_polnbase.php?&table_name=cat_bb_polnbase_v
iew&found=1&start=0&&sort_desc=0&limit=20&forder=cat_bb_id&&par=55401&func=detail](http://nwipa.ru/cat/output/NL_ELCAT/cat_bb_polnbase.php?&table_name=cat_bb_polnbase_view&found=1&start=0&&sort_desc=0&limit=20&forder=cat_bb_id&&par=55401&func=detail)

6.2. Дополнительная литература

1. Непряхин Н.Ю. Гни свою линию: приемы эффективной коммуникации. – М.: Альпина Паблишерз, 2015. – <http://idp.nwipa.ru:2945/36475.html>
2. Чудинов А.П. Деловое общение / Чудинов А.П., Нахимова Е.А. – М.: Флинта, 2015 – <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=344685>
3. Яковлева Н.Ф. Деловое общение. – М.: Флинта, 2014 – <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=340879>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций* РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант. Англоязычные ресурсы*
- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

6.4. Нормативные правовые документы

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 19.04.2013). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 20.06.2014).
2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06. 2013 № 108-ФЗ). - URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html (дата обращения 20.06. 2014).

6.5. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

6.6. Иные источники

При изучении дисциплины иные источники не используются

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.
Технические средства обучения*

Таблица 8

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой,

	позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.