

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета психологии

  
Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение**

по направлению подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки :  
**Работа с социальными медиа**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Бакалавр**

Год приема  
**2023**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.02

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

  
И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

  
Э.А. Щеглова

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-4.1 Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)

ИУК-4.2 Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на иностранном языке, в том числе с использованием ИКТ

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- Освоить понятийный аппарат деловой коммуникации онлайн и офлайн.
- Научиться применять технологии деловой коммуникации онлайн и офлайн для решения практических задач профессиональной деятельности в форматах личной и корпоративной коммуникации с целевыми аудиториями.

## **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплина (модули)».

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Первый семестр, экзамен

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: профессиональная этика», «Русский язык и культура речи», «Культурология».

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

-лекции: 16 ч.

-практические занятия: 34 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

Тема 1. Точная коммуникация как необходимое условие эффективного делового общения

Предпосылки появления делового общения как сферы знаний и дисциплины. Понятие делового общения. Этапы и фазы делового общения. Виды и формы делового общения. Функции делового общения. Структура делового общения. Причины, затрудняющие передачу информации в деловой коммуникации, слушание в деловой коммуникации (трудности эффективного слушания, виды слушания, правила слушания).

Тема 2. Система основных регуляторов делового общения

Этика делового общения, кодекс делового общения. Понятие «деловой этикет». Основные правила делового этикета. Деловой этикет в устной и в письменной коммуникации.

### Тема 3. Деловой имидж

Понятие и функция имиджа в деловой сфере. Основные атрибуты и факторы формирования делового имиджа. Основные составляющие внутреннего и внешнего имиджа. Роль имиджа в построении карьеры. Концептуальные характеристики делового имиджа. Самопрезентация как средство самовыражения и технология управления мнением в деловой среде.

Тема 4. Вербальная и невербальная коммуникация.  
Вербальный и невербальный имидж делового человека.

### Тема 5. Цифровой имидж

Цифровой имидж индивида и корпорации в условиях информационного общества. Формирование делового имиджа офлайн и онлайн. Специфика делового имиджа специалиста в сфере реклам и PR.

Тема 6. Переговоры и медиация как ключевые формы делового общения  
Цели, виды и функции переговоров в сфере деловых коммуникаций. Структура переговоров. Основные правила и стили ведения переговоров. Понятия «медиация» и «посредничество»: общее и различное..

Тема 7. Конфликты в онлайн-коммуникации и пути их разрешения  
Специфика онлайн-среды для появления, развития и разрешения кризисных деловых коммуникаций.

Тема 8. Культура деловой речи  
Общая характеристика официально-делового стиля. Текстовые нормы делового стиля.

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения практических занятий, деловых игр по темам, выполнения домашних заданий, решению кейсов, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

## **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Экзамен в первом семестре проводится в письменной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из трех частей. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Первая часть представляет собой теоретический вопрос, проверяющий ИУК-4.1. Ответ на вопрос даётся в развёрнутой форме.

Вторая часть содержит подготовленный студентом заранее к экзамену электронный продукт, проверяющий ИУК-4.1.

Третья часть содержит дополнительный вопрос от экзаменаторы, требующий устного ответа, проверяющий ИУК-4.1.

Примерный перечень теоретических вопросов

1. Предпосылки появления делового общения как сферы знаний и дисциплины.  
Понятие делового общения.

2. Этапы и фазы делового общения.
3. Виды и формы делового общения.
4. Функции делового общения.
5. Структура делового общения.
6. Причины, затрудняющие передачу информации в деловой коммуникации, слушание в деловой коммуникации (трудности эффективного слушания, виды слушания, правила слушания).
7. Типы и особенности вербальной и невербальной деловой коммуникации.
8. Этапы взаимодействия в деловом общении.
9. Способы воздействия в деловой коммуникации.
10. Психологические приемы влияния на партнера.
11. Манипуляции в деловом общении и их характеристики.
12. Приемы защиты от манипулятивного воздействия.
13. Вербальный и невербальный имидж делового человека.
14. Этика делового общения, кодекс делового общения.
15. Понятие «деловой этикет». Основные правила делового этикета. Деловой этикет в устной и в письменной коммуникации.
16. Внутренняя и внешняя деловая коммуникация компании.
17. Понятие и функция имиджа в деловой сфере. Основные атрибуты и факторы формирования делового имиджа.
18. Основные составляющие внутреннего и внешнего имиджа.
19. Роль имиджа в построении карьеры. Концептуальные характеристики делового имиджа.
20. Самопрезентация как средство самовыражения и технология управления мнением в деловой среде.
21. Цифровой имидж индивида и корпорации в условиях информационного общества.
22. Цели, виды и функции переговоров в сфере деловых коммуникаций. Структура переговоров
23. Основные правила и стили ведения переговоров.
24. Понятия «медиация» и «посредничество»: общее и различное.
25. Принципы медиации и посредничества.
26. Общая характеристика официально-делового стиля. Текстовые нормы делового стиля.

Примеры электронного продукта:

1. Сайт для абитуриентов направления «реклама и связи с общественностью» кратким содержанием данного курса.
2. Подборка каналов в социальных медиа (в Telegram, Youtube, ВКонтакте) для знакомства с темой манипуляции в деловой коммуникации.
3. Дайджест научно-популярных источников для знакомства с темой самопрезентации.
4. Лэндинг с презентацией профессионального этического кодекса специалиста по рекламе и связям с общественностью.
5. Инфографическая презентация тем курса «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: деловое общение».

Примеры вопросов для устного ответа:

1. Какими качествами должен обладать человек для проведения эффективной медиации?

2. Возможно ли человеку развить харизматические характеристики?
3. Какими навыками делового общения должен обладать специалист в сфере социальных коммуникаций?
4. Относится ли манипуляция к этичным методам воздействия в деловой коммуникации?
5. С какими внутренними и внешними аудиториями выстраивает деловую коммуникацию ТГУ?

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. В ответе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения. К содержанию электронного продукта с точки зрения структуры, логики и информативности нет вопросов. В тексте присутствуют стилистические ошибки в небольшом количестве, автор готов их исправить, после редактуры продукт может быть размещён на страницах сетей и сайтов. Весь контент авторский, продукт имеет высокую эстетическую ценность и готов к размещению на страницах сетей и сайтов. Продукт удобен в использовании, может помочь пользователю в достижении цели и готов к размещению в сетях и на сайтах

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Электронный продукт достаточно хорошо структурирован, в изложении материала присутствует логика, продукт достаточно информативен. В тексте присутствуют грамматические и стилистические ошибки в небольшом количестве, требуется минимальная редакция. Большая часть контента - авторский текст, продукт имеет эстетическую ценность. Продукт достаточно удобен в использовании и может помочь пользователю в достижении цели

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий. Электронный продукт плохо структурирован и/или отсутствует логика и/или содержит низкий уровень информативности. В тексте присутствуют грамматические и стилистические ошибки в большом количестве. Много заимствованного контента (плагиата) со сторонних ресурсов без указания источников (прямое копирование), оформление не имеет эстетической ценности. Продукт неудобен в использовании, навигация не поддается пониманию, продукт не может помочь пользователю в достижении цели.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Электронный продукт отсутствует.

## **11. Учебно-методическое обеспечение**

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План практических занятий по дисциплине.

## 12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Дзялошинский И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун.. - Москва : Юрайт, 2022. - 433 с.
2. Долгова И. В. Деловая этика и деловые коммуникации в сфере бизнеса : [учебник для направлений бакалавриата и магистратуры "Экономика" и "Менеджмент"] / И. В. Долгова. - Москва : Кнорус, 2021. - 401 с.
3. Ратников В. П. Деловые коммуникации : учебник для вузов / В. П. Ратников ; ответственный редактор В. П. Ратников.. - Москва : Юрайт, 2022. - 459 с. — ...

б) дополнительная литература:

1. Бредемайер К. Провоцирующая риторика? Меткий ответ! – Ростов н/Д: Феникс, 2006.
2. Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга. Психотехники: Учебное пособие. – М.: Ось-89, 2007.
3. Вемь А. Язык тела и его демоны. О чем умолчал Алан Пиз / А. Вемь. — СПб. : Питер Пресс, 2006.
4. Грейс Н. Приемы развития памяти, внимания и речи. – СПб: Питер, 2008.
5. Грецов А. Г. Тренинг уверенного поведения для старшеклассников и студентов / А. Г. Грецов. – СПб. [и др.] : Питер, 2008.
6. Далецкий Ч. Риторика: заговори, и я скажу, кто ты: Учебное пособие. М., 2003.
7. Зельдович Б.З. Деловое общение: учебное пособие. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007.
8. Егидес А.П. Лабиринты общения. М.: 1999.
9. Ивин А.А. Риторика: искусство убеждать. Учебное пособие. – М., 2002.
10. Казарцева О.М. Культура речевого общения: теория и практика обучения: Учебное пособие. –М., 2003.
11. Кукушин В. С. Психология делового общения: учебное пособие / В. С. Кукушин. — М: МарТ, 2003.
12. Махальнова И.А. Коммуникативный тренинг. – М.: Академический проект, 2006. – 157 с.
13. Мальханова И.А. Школа красноречия: интенсивный учебно-практический курс речевика-имиджмейкера. – М.:2002.
14. Мокшанцев Р. И. Психология коммуникаций на переговорах: учебное пособие для вузов / Р. И. Мокшанцев. — М.; Новосибирск: Инфра-М: Сибирское соглашение, 2004.
15. Панасюк А.Ю. Как убеждать в своей правоте: современные психотехнологии убеждающего воздействия. М., 2001.
16. Петровская Л.А. Общение – компетентность – тренинг. Избранные труды. – М.: Смысл, 2007.
17. Пиз А. Язык телодвижений (как читать мысли других по их жестам), пер. с англ., С-Пб., 1997.
18. Руденко А. М., Самыгин С. И. Деловое общение (учебное пособие для студентов вуза). – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.
19. Семенов А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса: учебное пособие / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Дашков и К, 2008. — 276 с.
20. Сергеечева В. Азы общения. – СПб., 2002.
21. Спивак В.А. Корпоративная культура. – СПб.: Питер, 2001.
22. Ханин М.И. Практикум по культуре речи, или как научиться красиво и убедительно говорить. – СПб., 2002.

23. Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта. – М., 2009г.

в) ресурсы сети Интернет:

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

### 13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютером, проектором, подключенные к Интернету.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»), в ситуации, обусловленной факторами макросреды.

#### **15. Информация о разработчиках**

Шамсудинова Снежана Сергеевна, канд. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.