

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан факультета истории и
международных отношений



О.И. Амурская

« 31 » августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ
В РЕКЛАМНОЙ И PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4 года 6 месяцев

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности» являются овладение теоретическими знаниями и необходимыми практическими навыками в деловых коммуникациях, включая личную коммуникативную культуру и умения общаться с коллективом для достижения продуктивной деятельности, создания благоприятной нравственной атмосферы как одной из наиболее важных составляющих коммуникативной культуры рекламиста и PR-специалиста, формирование профессиональных компетенций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина «Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Русский язык и культура речи

Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

Введение в коммуникационные специальности (с элементами тайм-менеджмента)

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Ведение переговоров в рекламных и PR-коммуникациях

Организация и проведение коммуникационных кампаний

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ПК-4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	Основы становления и развития деловой коммуникации и культуры цивилизованных дискуссий, виды коммуникации, способы взаимодействия	Работать в малых группах методом мозгового штурма, осуществлять выбор стиля взаимодействия в зависимости от ситуации, корректировать процесс общения	Основами ведения цивилизованной дискуссии при продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
		ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Организацию, подготовку к проведению рекламных и PR-акций на основе структуры цивилизованной дискуссии, основы корпоративной культуры, теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений, принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Критически анализировать точки зрения оппонентов, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять правила делового этикета с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности	Основами делового общения в рекламной и PR-деятельности с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности

2.	ПК-7 Способен создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутреннюю и внешнюю коммуникацию	ПК-7.1. Осуществляет подбор рекламных и PR-методов для построения внутреннего и внешнего имиджа компании;	Рекламные и PR-методы для построения внутреннего и внешнего имиджа компании	Осуществлять корректный подбор рекламных и PR-методов для построения внутреннего и внешнего имиджа компании при взаимодействии с внутренней и внешней общественностью	Навыками делового общения в процессе построения внутреннего и внешнего имиджа компании
		ПК-7.2. Осуществляет коммуникационный процесс и связи, подбор правил и условий создания технологий взаимодействия и взаимоотношений внутри организации и с внешними партнерами;	Правила ведения дискуссии, формы и методы «мозгового штурма», «уловки» дискуссии	Применять в рекламной и PR-деятельности средства и методы ведения цивилизованных дискуссий, использовать достоверные факты, уточнять мнение оппонента	Основами ораторского мастерства
		ПК-7.3. Использует пути решений различных коммуникационных задач, возникающих в процессе взаимодействия интересов различных целевых аудиторий, элементы рекламы и связей с общественностью с учетом разных культур	Основные правила формулирования и отбора дискуссионных тем, этику делового общения, методы аргументации	Грамотно отбирать темы дискуссий, аргументировать свою точку зрения, вести деловые переговоры	Правилами обеспечивающими столкновение противоположных точек зрения

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры							
		№ 1 часов	№ 2 часов	№ 3 часов	№ 4 часов	№ 5 часов	№ 6 часов	№ 7 часов	№ 8 часов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	14	-	-	14	-	-	-	-	-
В том числе:									
Лекции (Л)	6			6					
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	8			8					
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Иные учебные занятия (индивидуальные занятия, групповые занятия и др.)									
2. Самостоятельная работа студента (всего)	90			90					
В том числе	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>СРС в семестре:</i>									
Курсовая работа									
<i>Другие виды СРС:</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Подготовка к собеседованию	20			20					
Подготовка к написанию эссе	22			22					
Подготовка докладов к семинарам	18			18					
Подготовка к зачету	30			30					
<i>СРС в период сессии</i>									
Вид промежуточной аттестации	зачет (З), экзамен (Э)	зачет		зачет					
ИТОГО: общая трудоемкость	часов зач. ед.	108 3		108 3					

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий: вебинарная платформа Zoom; система электронного обучения Moodle.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
3	1	Раздел I. Введение в основы деловой коммуникации	Цели и задачи изучения курса. Понятие коммуникации в различных науках: социологии, лингвистике, психологии. Сравнительный анализ понятий «общение», «коммуникация» и «межличностные отношения». Коммуникация как обмен информацией. Понятие коммуникативной компетентности. Структура коммуникационного процесса. Три типа деловых навыков, необходимых в управлении. Навык человеческих отношений и деловое общение, как часть этого навыка. Что такое общение, его типы, каналы и средства. Общение как сложный процесс, составляющие этого процесса. Характеристика понятия «деловая коммуникация». Функции деловой коммуникации. Коммуникация как форма управления организацией. Виды коммуникаций в организациях. Коммуникация как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности. Механизмы воздействия в процессе общения. Взаимопонимание как основа и цель делового общения. Уровни понимания. Роль суггестии и контрсуггестии в процессе общения. «Избегание», «авторитетность» как способы контрсуггестии. Психологические, эмоциональные и т.п. барьеры. Деловое общение как восприятие людьми друг друга. Детерминанты межличностного восприятия. Атрибуции (приписывание) как источник ошибок при восприятии. Самопрезентация в общении. Межличностная аттракция в общении. Социальные ожидания, их роль в деловом общении. Механизмы взаимопонимания в общении (идентификация, эмпатия, рефлексия). Деловое общение как взаимодействие партнеров. Способы влияния на партнера в процессе общения. Манипуляции и защита от них в деловом взаимодействии. «Ролевое» взаимодействие. Теория трансактного анализа Э. Берна. Позиции в общении («родитель», «взрослый» и «дитя»). Основные типы трансакций. Взаимодополнительные, пересекающиеся, скрытые трансакции. Возможности и значение трансактного анализа в деловом взаимодействии.
3	2	Раздел II. Теория деловой коммуникации	Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание: коммуникативная компетентность, социальные роли, коммуникативный

		<p>контекст, коммуникативная установка, этнокультурные особенности. Официально-деловой стиль как основа деловой коммуникации. Умение слушать. Техники активного слушания. Их преимущества и недостатки. Трудности эффективного слушания: ошибки тех, кто слушает; внутренние помехи слушания; внешние помехи слушания. Три уровня слушания. Виды слушания. Обратная связь в процессе слушания. Умение формулировать свои мысли Природа и типология невербальной коммуникации. Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Сознательное и бессознательное в невербальном поведении. Проблема интерпретации невербальной информации. Паралингвистическая и экстралингвистическая системы знаков. Проксемика как наука о пространственной и временной организации общения. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Визуальная составляющая в межличностном общении Понятие коммуникативного барьера. Причины возникновения барьеров в деловой коммуникации. Классификации коммуникативных барьеров. Коммуникативные барьеры, пути их преодоления. «Непонимание» как коммуникативный барьер. Фонетический, семантический, стилистический и логический уровни непонимания. Внешние и внутренние барьеры. Способы организации эффективной деловой коммуникации. Традиционные формы деловой коммуникации. Деловая беседа как самая используемая форма делового общения. Виды деловых бесед и особенности их организации и проведения. Технология кадровых бесед. Телефонный разговор как разновидность деловой беседы, его особенности и отличия по ведению. Пять основных принципов ведения деловых бесед. Инновационные формы деловой коммуникации: пресс- конференция, торги, презентация. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение. Презентация, ее смысл и назначение. Дистанционное общение с использованием современных технических средств коммуникации. Правила организации и проведения инновационных форм деловой коммуникации. Имидж как средство деловой коммуникации. Переговоры, основные понятия. Принципы поведения на переговорах. Качества, необходимые переговорщику. Подготовка к переговорам. Процесс переговоров. Способы взаимодействия в переговорах. Стратегии поведения в деловых переговорах. Манипуляции в общении и их характеристики.</p>
--	--	---

2.2. Перечень лабораторных работа, примерная тематика курсовых работа.
 Не предусмотрены учебным планом

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 90 часов.

Видами СРС являются:

- подготовка к зачету.

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- подготовка к собеседованию;

- подготовка к написанию эссе;

- подготовка доклада и презентации для семинарского занятия.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

(см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине

Рейтинговая система для дисциплины не используется

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.С. Ломова; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 237 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801 (дата обращения: 14.03.2020).
2.	Мунин, А.Н. Деловое общение: курс лекций [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Н. Мунин. - Москва: Издательство «Флинта», 2016. - 376 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83389 (дата обращения: 14.03.2020).
3.	Титова, Л.Г. Деловое общение [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Г. Титова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436853 (дата обращения: 14.03.2020).

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Козлова, А.М. СТОП Манипулированию!: Или тренинг манипулятивного поведения в деловом общении: руководство [Электронный ресурс] / А.М. Козлова. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 120 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278251 (дата обращения: 14.03.2020).
2.	Кислицына, И.Г. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.Г. Кислицына; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 112 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=477381 (дата обращения: 14.03.2020).

3.	Левкин, В.Е. Тренинг эффективного общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Е. Левкин. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 142 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450204 (дата обращения: 14.03.2020).
4.	Тимченко, Н.М. Психология и этика делового общения [Электронный ресурс]: монография / Н.М. Тимченко. - 3-е изд., стер. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 480 с. - Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439959 (дата обращения: 14.03.2020).

5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. BOOK.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 14.03.2020).

2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 14.03.2020).

3. Moodle [Электронный ресурс]: среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 14.03.2020).

4. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 14.03.2020).

5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 14.03.2020).

6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 14.03.2020).

7. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва: Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 14.03.2020).

5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

2. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

3. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

4. Инфопедия [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://infopedia.su/3x247a.html>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

5. Деловое общение – URL: <https://world7.ru/success/612-business-communication>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

6. Сайты делового общения [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://philosophiy-poryadka.ru/sajty-delovogo-obshheniya/> свободный (дата обращения: 14.03.2020).

5.5. Периодические издания

1. Журнал Вопросы управления - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://vestnik.uara.ru/ru/issue/2008/04/13/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

2. Журнал Менеджмент в России и за рубежом - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2000/5/875.html>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.

Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются:
вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.);
набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>);
система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

9. Иные сведения

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Декан факультета истории и
международных отношений



О.И. Амурская

«31» августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Профессиональное деловое общение
в рекламной и PR-деятельности»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
заочная

Рязань 2020

1. **Цель освоения дисциплины** «Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности» - являются овладение теоретическими знаниями и необходимыми практическими навыками в деловых коммуникациях, включая личную коммуникативную культуру и умения общаться с коллективом для достижения продуктивной деятельности, создания благоприятной нравственной атмосферы как одной из наиболее важных составляющих коммуникативной культуры рекламиста и PR-специалиста, формирование профессиональных компетенций, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 2 курсе (3 семестр).

3. **Трудоемкость дисциплины:** 3 зачетных единиц, 108 академических часа.

4. **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:**

ПК-4.1. Знать: основы становления и развития деловой коммуникации и культуры цивилизованных дискуссий, виды коммуникации, способы взаимодействия. *Уметь:* работать в малых группах методом мозгового штурма, осуществлять выбор стиля взаимодействия в зависимости от ситуации, корректировать процесс общения. *Владеть навыками:* основами ведения цивилизованной дискуссии при продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.

ПК-4.2. Знать: организацию, подготовку к проведению рекламных и PR-акций на основе структуры цивилизованной дискуссии, основы корпоративной культуры, теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений, принципы открытости и корпоративной социальной ответственности. *Уметь:* критически анализировать точки зрения оппонентов, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять правила делового этикета с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности. *Владеть навыками:* основами делового общения в рекламной и PR-деятельности с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности.

ПК-7.1. Знать: рекламные и PR-методы для построения внутреннего и внешнего имиджа компании. *Уметь:* Осуществлять корректный подбор

рекламных и PR-методов для построения внутреннего и внешнего имиджа компании при взаимодействии с внутренней и внешней общественностью. *Владеть навыками:* навыками делового общения в процессе построения внутреннего и внешнего имиджа компании.

ПК-7.2. Знать: правила ведения дискуссии, формы и методы «мозгового штурма», «уловки» дискуссии. *Уметь:* применять в рекламной и PR-деятельности средства и методы ведения цивилизованных дискуссий, использовать достоверные факты, уточнять мнение оппонента. *Владеть навыками:* основами ораторского мастерства.

ПК-7.3. Знать: основные правила формулирования и отбора дискуссионных тем, этику делового общения, методы аргументации. *Уметь:* грамотно отбирать темы дискуссий, аргументировать свою точку зрения, вести деловые переговоры. *Владеть навыками:* правилами обеспечивающими столкновение противоположных точек зрения.

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения
Зачет (3 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.