

## **1. Аннотация**

В программе дисциплины рассматриваются правовые основы общения, с местными и зарубежными партнёрами, тактические основы делового общения, основные правила современного этикета, национальные особенности делового общения.

Студент должен иметь навыки использования общепринятых правил этикета, уметь слушать, составлять деловые письма, вести беседу

### **Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

В основу курса «Основы делового общения и деловой этикет» положены теоретические и практические разработки специалистов, исследователей в области коммуникаций, этики, риторики, имиджологии; материалы исследований в области социологии и психологии, материалы отечественной и зарубежной периодической печати.

В курсе учитывается подготовка, полученная студентами в рамках базовых и специальных дисциплин, по основам рекламы, философии, психологии рекламы, массовым коммуникациям и др.

### **Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины**

Базовой основой для изучения курса являются дисциплины, освоенные студентами на ранних курсах такие как: «Основы рекламы и связей с общественностью», «Основы менеджмента», «Имиджология». «Психология».

### **Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)**

Трудоемкость дисциплины в академических часах – 36;

Кредиты – 2;

Курс рассчитан на 1 семестр;

Форма контроля – зачет,

#### **1.1. Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков магистрантов для прохождения дисциплины (что должен знать, уметь и владеть студент для прохождения данной дисциплины)**

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки.

#### **Студент должен знать:**

-сферы отношений в коллективе, факторы, формирующие благоприятный социально-психологический климат в коллективе, условия эффективной работы трудового коллектива;

- норм профессионального и служебного этикета, условия эффективной работы трудового коллектива;
- культурные особенности стран, признаки проявления толерантного отношения в коммуникации.

### **Уметь:**

- толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- осуществлять конструктивное взаимодействие в деловой сфере, успешно устанавливать контакт с коллегами, эффективно организовывать коммуникацию.
- соблюдать этику делового общения и придерживаться этических норм взаимоотношений, как в профессиональной среде, так и в повседневной жизни, успешно устанавливать контакт с коллегами;

### **Владеть:**

- базовыми навыками делового общения,
- приемами аргументации и убеждения,
- умением устанавливать поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения,
- использовать основные положения этики делового общения при решении социальных и профессиональных задач.

## **2. Содержание**

### **2.1. Цели и задачи дисциплины**

#### **Цель освоения дисциплины –**

формирование теоретических и практических знаний профессиональной этики, необходимых нравственных качеств и культуры поведения для работы в области рекламы и СМИ.

#### **Задачи:**

- формирование мировоззренческих и теоретических основ профессиональной этики специалиста по рекламе;
- формирование необходимых нравственных качеств и культуры поведения;
- овладение базовыми навыками общения, умением поддерживать и развивать деловые межличностные отношения с представителями различных государственных, коммерческих, общественных, политических структур, СМИ;

- правил речевого этикета, ведения диалога, законов композиции и стиля.

- Сформировать умение решать практические задачи в рамках делового общения и построения имиджа

## 2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по видам учебной работы	
		лекции	Семинары
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины	36	18	18
Итоговый контроль (зачет)			

## 2.3. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путём оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (выступлений, дополнений, замечаний). Итоговый контроль знаний осуществляется путём проведения устного зачёта.

## 2.4. Распределение весов по формам контроля

Вид учебной работы/контроля	Вес формы текущего контроля в результатирующей оценке текущего контроля			Вес итоговых оценок промежуточн ых контролей в результатиру ющей оценке промежуточн ого контроля	Вес оценки результатиру ющей оценки промежуточн ых контролей и оценки итогового контроля в результатиру ющей оценке итогового контроля
	M1	M2	M3		
Активность во время семинара					
Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результатирующей оценке промежуточных контролей					

Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей					
Вес итоговой оценки 3-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей т.д.					
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля					0,6
Зачет (оценка итогового контроля)					0,4
	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	1,0

## 2.5. Распределение объёма дисциплины по темам и видам учебной работы

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах). Курс «Основы делового общения и деловой этикет» рассчитан на 1 семестр на 36 аудиторных часов. Курс изучается в форме лекционных и семинарских занятий.

В конце студенты сдают зачёт.

Темы дисциплины	Всего	(ак. часов)	
		Лекции	Семинары
1. Этика деловых отношений. Этикет в деловой карьере.	4	2	2
2. История этикета	4	2	2
3. Деловое общение, процесс и ее специфика в сфере рекламы и	8	4	4
4. Вербальные компоненты делового общения	4	2	2
5. Невербальная составляющая делового общения .	4	2	2
6. Деловые переговоры .	4	2	2
7. Конструктивный диалог и предотвращение конфликтов в деловом общении .	4	2	2
8. Этикетные нормы делового общения.	4	2	2
<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>18</b>

### 3.Содержание тем дисциплины

#### Тема 1. Этика деловых отношений. Этикет в деловой карьере. (2 часа):

Этика как регулятор норм человеческого поведения; Деловая этика совокупность норм поведения, требований, предъявляемых культурным обществом; Деловой протокол как основная составляющая делового этикета; Этикет и к нему относящиеся правила учтивости и вежливости; Виды этикета; Нормы морали как источники этикета; Условные нормы этикета; Правила этикета, облачённые в конкретные формы поведения; Вербальные и невербальные средства приветствия; Основные цели рекламы и PR; Деловой этикет- совокупность правил и норм общепринятых в деловой сфере и международном экономическом сотрудничестве; Соблюдение правил культуры поведения, как глубокое уважение человеческой индивидуальности.

#### Тема 2. История этикета

Возникновение этикета; Первые истоки этикета; Этикет в Древнем Египте; Первые документы, сборники, произведения обучающие людей хорошим манерам; Этикет в Древней Греции; Эпоха Средневековья; Страны Восходящего Солнца; Эпоха Ренессанса; История развития этикета в Российском государстве; Мероприятия для высшего света в России в начале XIX века. Историческое развитие делового и гражданского этикета, как два параллельных направления.

#### Тема 3. Деловое общение, процесс и ее специфика в сфере рекламы и связей с общественностью

**Типы и виды общения: деловое и бытовое общение; безлично – ролевое и межличностное общение; Понятие делового общения.** Место и роль делового общения в комплексе делового взаимодействия в современной бизнес – среде; **Цели и содержание делового общения; Структура и функции делового общения.** Специфика процесса делового общения. Участники процесса делового общения. Характеристика личности в бизнесе. **Коммуникативная, перцептивная и интерактивная сторона общения.** Потребности в деловом общении. Уровни общения. Развитие личности в процессе делового общения. **Общие принципы делового общения (партнёрские отношения, регламент, соблюдение принципов эффективного слушания)**

#### Тема 4. Вербальные компоненты делового общения .

Устное и письменное деловое общение. Языковые нормы устного и письменного языка. В деловом общении. Культура речи в профессиональной деятельности. Аспекты культуры Речи : нормативный , коммуникативный , этический . Виды и жанры речи. Публичная речь: цели и структура. Законы публичной речи. Стратегия ведения речи. Приёмы успешного общения с аудиторией: адресация; диалогизация; акцентирование использование конструкций. Композиция и стиль речи. Публичное выступление. Формулы логического убеждения. Построение аргументации. Стратегии аргументации: традиционная, интуитивная, европейская, прагматическая. Тактические приёмы использования аргументов и формул логического убеждения: метод противоречия, сравнение, «извлечение выводов».

Полемика как искусство убеждения. Правила Гомера , Сократа и Паскаля. Спор и дискуссия в деловом общении. Речевые формулы спора. Виды и условия эффективного слушания. Письменные формы делового общения. Визитная карточка. Требования к визитной карточке.

#### **Тема 5. Невербальная составляющая делового общения.**

Природа невербальной коммуникации. Виды невербальных средств в деловой коммуникации. Фонационные, графические и Кинетические средства. Паравербальные и экстра вербальные сигналы. Обмен невербальной Информацией в ходе делового взаимодействия. Функции невербальных средств в деловом общении Коммуникативная ценность невербальных средств. Элементы невербального общения: позиция и дистанция; выражение лица и визуальный контакт; тон , темп и громкость голоса ; паузы и молчание. Понятие жестов и их классификация. Факторы, Влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе. Общения. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Имидж делового человека как невербальный элемент делового общения.

#### **Тема 6. Деловые переговоры .**

Диалог в деловых взаимоотношениях. Правила ведения диалога в деловых взаимоотношениях Техники построения активного диалога ( активное слушание ). Переговоры как вид диалога с деловыми партнёрами. Виды переговоров. Цели переговоров. Основные функции переговоров: информативная, коммуникативная, регулятивно - координационная, контрольная. Процесс переговоров и его этапы. Значение вербальной и невербальной информации в переговорном процессе. Особенности ведения международных Переговоров и бизнес протокола. Специфика переговоров как формы делового общения. Предметная, организационная и субъектная сторона переговоров. Психологическое значение субъектной стороны переговоров. Решения как главный итог переговоров. Основные типы Решений: компромиссные, «принципиально новые» и «асимметричные ». Способы их достижения. Формы делового общения: Деловая беседа. Виды деловых бесед. Типы собеседников. Деловая переписка. Виды деловых писем. Требования к составлению делового письма. Деловое совещание. Деловые переговоры. Публичное выступление. Презентация.

#### **Тема 7. Конструктивный диалог и предотвращение конфликтов в деловом общении .**

Принципы конструктивного взаимодействия. Типы переговоров, правила ведения переговоров. Партнёрский подход к переговорам как совместному поиску взаимоприемлемого решения . Протокольные мероприятия при проведении переговоров. Неэффективное взаимодействие как потенциальный источник конфликта . Стратегии поведения в конфликтной ситуации. Типология конфликтов. Предупреждение расхождений мнений и возникновение конфликтов в межличностных отношениях деловых партнёров .

#### **Тема 8. Этикетные нормы делового общения.**

Виды этикета : деловой этикет . Развитие делового этикета . Нормы, принципы и требования делового этикета . Этика взаимоотношений в формальной обстановке .

Особенности и значение делового этикета и делового протокола в организации . Речевой этикет . Имиджевая функция речевого этикета. Этикет руководителя. Имидж и этикет Фирмы . Национальные особенности делового этикета . Международный этикет

#### **4. Материально – техническое обеспечение дисциплины**

Лекции по дисциплине «Основы Делового общения и деловой этикет» имеют мультимедийное сопровождение.

Для проведения лекций требуются компьютер с проектором

#### **5. Методический блок**

##### **5.1. Методика преподавания , обоснование выбора данной методики**

Преподавание учебной дисциплины строится на сочетании лекций, практических, семинарских, а также самостоятельной работы студентов.

На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы содержания дисциплины.

Лекции проводятся в интерактивной форме с участием студентов в обсуждении, обеспечением «обратной связи » между преподавателем и студентами .

##### **5.2 Методические рекомендации для студентов**

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объёме 36 часов. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- изучение и усвоение лекционного материала,
- подготовку к контрольным работам и тестам,
- изучение дополнительной литературы по разделам , указанным лектором ,

- подготовку к практическим занятиям ,
- работу с Интернет – ресурсами ,
- подготовку к зачету.

Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников . При самостоятельной работе следует прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме и для освоения последующих разделов курса. Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать интернет – ресурсы

#### **4. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

##### **4.1. Рекомендуемая литература:**

###### **1. Основная литература**

- 1.1 Кузнецов И.Н. Деловое общение: учебное пособие. – 5-е изд. М.: Дашков и Ко. 2012  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112230>
- 1.2 Загорская Л.М. Профессиональная этика и этикет: учебное пособие Новосибирск: НГТУ 2012 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228860>
- 1.3 Дорошенко В.Ю., Зотова Л.И., Лавриненко В.Н. и др. Психология и этика делового общения: учебник. – 5-е изд., перераб. и доп. М.: ЮнитиДана 2015  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117118>

###### **2.Дополнительная литература:**

- 2.1 Кикоть В.Я. Профессиональная этика и служебный этикет: учебник М. : ЮнитиДана 2012 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117054>
- 2.2 Колмогорова Н.В. Основы общей и профессиональной этики и этикет: учебное пособие Омск: Издво СибГУФК 2012 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274600>
- 2.3 Ломова О.С. Деловое общение специалиста по рекламе: учеб. пособие для студ. вузов / под ред. Л.М. Дмитриевой М.: ЮНИТИ 2009
- 2.4 Бажданова Ю.В. Этика и психология деловых М.: 2011 <http://biblioclub.ru> Отформатировано: