




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

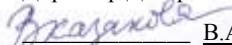
**«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)**

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»

  
Т.Д. Лыкова  
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Департамента коммуникаций и медиа

  
В.А. Казакова  
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с  
общественностью**

**Направление подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью**

**Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

**Форма подготовки очная**

курс 1,3 семестр 1,2,5

лекции 86 час.

практические занятия 104 час.

лабораторные работы 0 час.

в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 52 /

всего часов аудиторной нагрузки 180 час.

в том числе с использованием МАО 52 час.

самостоятельная работа 134 час.

в том числе на подготовку к экзамену 54 час.

контрольные работы (количество)

курсовая работа / курсовой проект – не предусмотрено

зачет - 5 семестр

экзамен – 1, 2 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 11.08.2016 № 997

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор департамента: канд. полит.наук В.А. Казакова

Составитель: канд. психол. наук, доцент Осинская С.А.

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ В.А.Казакова  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ В.А.Казакова  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**Annotation to discipline**  
**«Intercultural and business communication in advertising**  
**and public relations»**

The discipline «Intercultural and business communication in advertising and public relations» is intended for students of the third course in the direction 42.03.01 Advertising and public relations, specialization «Advertising and public relations in commercial sphere» and refers to the unit of «Discipline» basic part – B1.B.13.

The total complexity of learning is 9 credits, 324 hours. The curriculum provides for lectures (86 hours) practical training (104 hours), independent work of student (134 hours). Discipline is implemented on the 1 and 3 in course 1, 2 and 5 semesters.

The discipline «Intercultural and business communication in advertising and public relations» as a logical and meaningful connected with such courses as «Foundations of communication theory», «Fundamentals of integrated communication», «Psychology and sociology of mass communications», «Advertising and public relations in the communication process», «Conflict», «Imageology», «Crisis communication».

The course «Intercultural and business communication in advertising and public relations», addressed to the bachelors, focuses on the development of General cultural, General professional and professional competencie students.

Implementation of the tasks is ensured thanks to the combination of different forms of training: lectures, seminars and practical classes, independent work, analytical activities. Through lectures provided by theoretical training. Practical exercises aimed at consolidating the theoretical material and the development of practical skills by solving situational tasks.

**Objectives:**

- to give the student basic knowledge on topical issues of business communication and intercultural communication;
- to form understanding of the basic concepts of the discipline, the features of formal and informal communication;

- to systematize and concretize the knowledge acquired in the study of communication foundations of business communication;

- to form students' skills of practical application of the knowledge gained by lecture analysis of different situations arising in the process of business communication;

- to form the students with theoretical and practical business communication skills in socio-psychological direction of advertising and PR-activities.

For a successful study of the discipline "Intercultural and business communication in advertising and public relations" students should be formed the following preliminary competences of the graduate who has mastered the basic educational program according to the standard of secondary education:

- personal, including readiness and ability trained to self-development and personal self-determination, formation of their motivation to training and purposeful informative activity, system of significant social and interpersonal relations, value-semantic installations reflecting personal and civil positions in activities, awareness, ecological awareness, the ability to set goals and build life plans, ability to comprehension of the Russian civil identity in a multicultural society;

- the formation of the worldview, corresponding to the modern level of development of science and public practice based on the dialogue of cultures, and various forms of social consciousness, awareness of their place in a multicultural world;

- willingness and ability to education, including self-education throughout life; conscious attitude to continuous formation as to a condition successful professional and public work;

- conscious choice of future profession and the possibilities of realization of own vital plans; the attitude to professional activity as participation in the solution of personal, community, state, national problems;

- formation of skills of evaluating social information, abilities of information search in sources of various type for reconstruction of missing links to

explain and evaluate a wide range of phenomena and processes of social development.

As a result of studying of discipline students' generated the following General cultural, General professional and professional competences:

OK-6–ability to work in a team, tolerant perceiving social, ethnic, religious and cultural differences;

OPK-5 – ability to conduct under control of the communication campaigns and activities;

PC-11 – possession of skills of writing analytical reports, surveys and forecasts.

Code and wording competence	Stages of formation of competence	
OK-6 the ability to work in a team, tolerant perceiving social, ethnic, confessional and cultural differences	knows	has understanding of business communication in the paradigm of social psychology; intercultural communication in business communication; basic mechanisms of action in the process of communication
	can	to possess the culture of thinking, ability to generalize, analysis, information perception, goal setting and choice of ways of its achievement
	owns	skills of the main forms of business communication for solving problems of interpersonal and intercultural interaction
OPK-5 – ability to conduct under control of the communication campaigns and activities	knows	basic mechanisms and algorithms to conduct communication campaigns and activities; types of factors and especially the impact on the individual and the group in the process of business communication
	can	to organize and carry out communication campaigns and events in the field of business communication, use algorithms to influence the business partners and the public through the activities of advertising and public relations
	owns	skills effective communication and interpersonal interaction in intercultural and business communications; use theoretical and practical knowledge in the field of

		intercultural and business communication in solving problems of advertising and public relations
PC-11 – possession of skills of writing analytical reports, surveys and forecasts	knows	the theoretical basis and the structure of writing analytical reports, surveys and forecasts in the practice of intercultural and business communication
	can	to analyze these texts, to formulate forecasts on the company's activities on the basis of the research; to compare the data obtained on the basis of performed analytical work and competently represent them in the report, review and analytical report
	owns	skills of writing analytical reports, surveys and projections about the company's activities according to the results of the conducted research

For forming the above-mentioned competences within the discipline «Intercultural and business communication in advertising and public relations» the following methods of active and interactive communication between teacher and students, between students: problem lecture, lecture-presentation, group discussion, work in small groups, psychological workshops, presentations from students, the implementation of situational problems.

**Аннотация дисциплины**  
**«Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью»**

Дисциплина «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» предназначена для студентов третьего курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» и относится к блоку «Дисциплины» базовой части – Б1.Б.13.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (86 часов), практические занятия (104 часа), самостоятельная работа студента (134 часа). Дисциплина реализуется на 1 и 3 курсе в 1, 2 и 5 семестрах.

Дисциплина «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы теории коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Психология и социология массовых коммуникаций», «Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе», «Конфликтология», «Имиджелогия», «Антикризисные коммуникации».

Курс «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, семинарских и практических занятий, самостоятельной работы, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач.

**Целью** курса является ознакомление студентов с основными теоретическими и практическими основами делового общения и

межкультурных коммуникаций. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы специалистов по рекламе и связям с общественностью.

**Задачи:**

- дать студенту основные знания по актуальным вопросам делового общения и межкультурных коммуникаций;
- сформировать представления об основных понятиях дисциплины, особенностях делового и неформального общения;
- систематизировать и конкретизировать знания, приобретенные в процессе изучения коммуникационных основ делового общения;
- сформировать у студентов навыки практического применения полученных знаний путем лекционного разбора различных ситуаций, возникающих в процессе делового общения;
- сформировать студентам теоретические и практические навыки делового общения в социально-психологическом направлении рекламной и PR-деятельности.

Для успешного изучения дисциплины «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции выпускника, освоившего основную образовательную программу, согласно ФГОС среднего общего образования:

- личностной, включающей готовность и способность обучающихся к саморазвитию и личностному самоопределению, сформированность их мотивации к обучению и целенаправленной познавательной деятельности, системы значимых социальных и межличностных отношений, ценностно-смысловых установок, отражающих личностные и гражданские позиции в деятельности, правосознание, экологическую культуру, способность ставить цели и строить жизненные планы, способность к осознанию российской гражданской идентичности в поликультурном социуме;



– сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;

– готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;

– осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;

– сформированность навыков оценивания социальной информации, умений поиска информации в источниках различного типа для реконструкции недостающих звеньев с целью объяснения и оценки разнообразных явлений и процессов общественного развития.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

ОК-6–способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-11 – владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает	имеет представление о специфике делового общения в парадигме социальной психологии; особенности межкультурной коммуникации в деловом общении; основные механизмы воздействия в процессе общения
	Умеет	владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию

		информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
	Владеет	навыками основных форм делового общения для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	основные механизмы и алгоритм проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; типы факторов и особенности влияния на индивида и группу в процессе делового общения
	Умеет	организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия в области делового общения, использовать алгоритмы влияния на деловых партнеров и общественность в рамках деятельности рекламы и связей с общественностью
	Владеет	навыками эффективного общения и организации процесса межличностного взаимодействия в сфере межкультурных и деловых коммуникаций; использования теоретических и практических знаний в области межкультурных и деловых коммуникаций при решении задач рекламы и связей с общественностью
ПК-11 – владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знает	теоретические основы и структуру написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в практике межкультурных и деловых коммуникаций
	Умеет	анализировать данные текстов, формулировать прогнозы о деятельности компании на основе проведенных исследований; сопоставлять полученные данные на основе проведенной аналитической работы и грамотно представлять их в отчете, обзоре и аналитической справке
	Владеет	навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов о деятельности компании по результатам проведенных исследований

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая

дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

# **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

## **МОДУЛЬ 1. Межкультурные деловые коммуникации (6 часов)**

### **Тема 1. Особенности кросс-культурного взаимодействия. Виды и типологии культур**

Краткое содержание темы: Теории межкультурной коммуникации. Феномен межкультурной коммуникации – виды, типы, этапы. Толерантность, интолерантность, кросс-культурная эрудиция и информированность. Основные формы проявления интолерантности. Понятие «культурный шок», его симптомы и механизм развития, барьеры коммуникации. Факторы, влияющие на культурный шок. Нормы, ценности, правила поведения в разных культурах (2 часа).

### **Тема 2. Взаимодействие и диалог культур**

Краткое содержание темы: Проблема взаимодействия культур, уровни взаимодействия культур. Формы объединения (ассимиляция, интеграция) и разделения (транскультурация, геноцид, сегрегация) этносов и их культур. Акультурация как механизм взаимодействия культур: понятие и сущность акультурации; основные стратегии и результаты акультурации; понятие инкультурации, механизмы и стадии инкультурации (2 часа).

### **Тема 3. Особенности межкультурной коммуникации**

Краткое содержание темы: Формы межкультурной коммуникации, внутренний и внешний контекст коммуникации, временной контекст. Межкультурные коммуникации на микро- и макроуровнях. Результаты межкультурных коммуникаций: понятие межкультурной компетентности, составные элементы межкультурной компетентности. Основные ошибки и правила кросс-культурных коммуникаций (2 часа).

## **МОДУЛЬ 2. Общение и коммуникация. Особенности коммуникативного процесса (8 часов)**

### **Тема 4. Основные подходы к операционализации понятия «общение»**

Краткое содержание темы: Определение понятий «общение» и «коммуникация». Содержание, цель, структура и средства общения. Характеристика и содержание общения, его возникновение и развитие. Механизмы воздействия в процессе общения (2 часа).

#### **Тема 5. Структура общения**

Краткое содержание темы: Основные стили общения (ритуальное, манипулятивное, гуманистическое) и виды общения, их характеристика. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения (2 часа).

#### **Тема 6. Социальный и личностный аспекты общения**

Краткое содержание темы: Понятие репрезентативной системы. Основные механизмы познания Другого, феномен каузальной атрибуции и другие социально-психологические барьеры. Психологические механизмы межгруппового и межличностного общения (4 часа).

### **МОДУЛЬ 3. Общение как социально-психологическая проблема (6 часов)**

#### **Тема 7. Особенности общения как коммуникации**

Краткое содержание темы: Специфика и кодекс делового общения. Партнерские отношения и регламентированность делового общения. Соблюдение принципов эффективного слушания, рефлексивное слушание. Умение говорить и задавать вопросы, типы вопросов (2 часа).

#### **Тема 8. Особенности общения как взаимодействия**

Краткое содержание темы: Анализ ситуаций общения с позиций транзакционного анализа. Этапы общения и их характеристики. Ролевое поведение в деловом общении (2 часа).

#### **Тема 9. Детерминация поведения в деловом общении**

Краткое содержание темы: Восприятие и понимание в процессе общения. Факторы детерминации поведения личности. Понятия Я-образ, имидж. Факторы макро и микросреды личности (2 часа).

### **МОДУЛЬ 4. Сущность и особенности делового общения, его виды и формы (12 часов)**

#### **Тема 10. Формы делового общения**

Краткое содержание темы: деловая беседа, прием подчиненных, деловые переговоры, деловые совещания и собрания, публичные выступления, взаимодействие говорящего с аудиторией, телефонный разговор (2 часа).

#### **Тема 11. Деловая беседа как основная форма делового общения**

Краткое содержание темы: Вопросы собеседника и их психологическая сущность. Парирование замечаний собеседников. Психологические приемы и методы влияния на партнера. Виды психологического влияния и их краткая характеристика (4 часа).

#### **Тема 12. Деловые переговоры**

Краткое содержание темы: Психологические аспекты переговорного процесса. Создание благоприятного психологического климата во время переговоров. Разработка стратегии и тактики ведения переговоров. Формирование переговорного процесса – подготовка к переговорам и их организация. Завершение переговоров. Условия эффективного проведения переговоров. Рекомендации для проведения успешных переговоров. Аргументация в процессе переговоров (4 часа).

#### **Тема 13. Психологические особенности публичного выступления**

Краткое содержание темы: Языковые средства речевой выразительности. Подготовка к публичному выступлению. Композиция выступления: вступление, основная часть, заключение. Виды авторских выступлений. Культура речи делового человека (2 часа).

### **МОДУЛЬ 5. Конфликты и конфликтные ситуации в деловой коммуникации (4 часа)**

#### **Тема 14. Проблема коммуникаций в конфликтных ситуациях.**

Краткое содержание темы: Коммуникации как источник конфликта. Конфликт и его социальная роль. Классификация конфликтов. Типы поведения людей в конфликтных ситуациях (2 часа).

#### **Тема 15. Регулирование и разрешение конфликтов в деловом общении**

Краткое содержание темы: Причины и последствия конфликтов. Разрешение конфликтов, стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Методы управления конфликтом и способы разрешения конфликтных ситуаций (2 часа).

## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (36 часов, в интерактивной форме – 36 часов)**

### **Занятие 1-2. Личность в деловом общении (4 часа)**

Занятие проводится в интерактивной форме с применением метода *групповой дискуссии*. В форме групповой дискуссии происходит также обсуждение темы: «Мотивационная структура личности», «Эмоции и отношения в системе деловых коммуникаций», также обозначение и обсуждение личных и профессиональных стереотипов, присущих специалистам в области рекламы и связей с общественностью (2 часа).

Практическое занятие с использованием метода активного обучения – *ролевой игры*, рассматривающего разные стороны и виды общения по заданному алгоритму. Тесты: «Ваш стиль общения»; «Общительный ли вы человек?» (2 часа).

### **Занятие 3-4. Деловое общение в рабочей группе (4 часа)**

Обсуждение вопросов семинара реализуется с применением активного метода обучения – *метода проектов*, позволяющего активизировать самостоятельную творческую работу студентов. На первом этапе предполагается выбор значимых актуальных тем, на втором – осуществляется сбор информации и работа над текстом. На завершающем этапе происходит представление продукта своего творчества (доклад, презентация, пресс-конференция, демонстрация видеofilmа, деловой игры и т. д.), которое может производиться как в форме совместной групповой работы, работы в малых группах, так и индивидуально (2 часа).

Практическое занятие. Этапы эффективного общения. Рассмотрение профессиональных ситуаций в *малых группах*, возникающих в

профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, на каждом этапе общения по данной схеме. Тест: «Стиль взаимодействия» (2 часа).

### **Занятие 5-6. Формы деловой коммуникации (4 часа)**

Обсуждение вопросов семинара реализуется с применением активного метода обучения – *групповой дискуссии*: деловая беседа, типы деловых бесед (целевые, общие); собрания и совещания в деловом общении, типы совещаний (ознакомительное, информационно, разъяснительное, проблемное, инструктивное, координационное, разовые, постоянно действующие и периодические); публичное выступление; этикет коммуникаций; письменная деловая коммуникация; международная переписка (2 часа).

Практическое занятие проводится с применением активных методов обучения:

- *Работа в малых группах*: «Формирование хода переговоров» с использованием метода интеллектуальных карт, на выявление и формирование рекомендаций и принципов ведения переговоров.

- *Деловая игра* «Переговоры» направлена на определение целей и задач переговоров, определение этапов и смысловых единиц переговорного процесса (установление контакта, достижение взаимопонимания и сбор информации). В форме *групповой дискуссии* обсуждаются основные принципы проведения переговоров. Тест: «Моя тактика ведения переговоров» (2 часа).

### **Занятие 7-8. Переговорный процесс в деловом общении (4 часа)**

Обсуждение вопросов семинара реализуется с применением активного метода обучения – *метода проектов*, позволяющего активизировать самостоятельную творческую работу студентов. Результаты рассмотрения вопросов по теме могут производиться как в форме совместной групповой работы, так и работы в малых группах (2 часа).

Практическое занятие: понятие «обратной связи» и отработка навыков ее подачи. Занятие проводится с использованием активных методов



обучения: *психологического тренинга* на отработку навыков получения и подачи «обратной связи» (2 часа).

#### **Занятие 9. Этика делового общения (4 часа)**

Занятие проводится в интерактивной форме с применением метода *групповой дискуссии*. Обсуждение вопросов семинара по теме (2 часа).

Практическая часть представлена темой: «Выбор имиджа для специалиста по рекламе и связям с общественностью», проводится в *малых группах* с целью генерации идей, самопрезентацией. Тесты: «Кто же я есть на самом деле?»; «Ваше отношение к себе и к другим». Психометрические тесты: «Основные формы личности» и «Движение-спокойствие, уверенность-неуверенность» (2 часа).

#### **Занятие 10. Конфликты в деловом общении (4 часа)**

Обсуждение вопросов семинара реализуется с применением активного метода обучения – *групповой дискуссии*: понятие конфликта, типология конфликтов; причины и предпосылки возникновения конфликтов; понятие и типы конфликтогенов; поведение в конфликтных ситуациях; стратегии разрешения конфликтов; критика в деловой коммуникации (2 часа).

Практическое занятие проводится с использованием ролевой игры на рассмотрение конфликтных ситуаций в деловой сфере рекламной деятельности. Тесты: «Стиль поведения в конфликте»; «Симптом стрессового состояния»; «Конфликтная ли вы личность» (2 часа).

#### **Занятие 11. Психология рекламы (4 часа)**

Обсуждение вопросов семинара реализуется с применением активного метода обучения – *метода проектов*, позволяющего активизировать самостоятельную творческую работу студентов. На первом этапе предполагаются вопросы по теме, на втором – осуществляется сбор информации и работа с текстами. На завершающем этапе происходит обсуждение вопросов семинара в форме совместной групповой работы, или в малых группах.

#### **Занятие 12. Речевые коммуникации (4 часа)**

В форме *групповой дискуссии* обсуждаются основные понятия теории речевой коммуникации. Речевая норма и культура речи. Этика речевой коммуникации. Национальные особенности речевого этикета. Устная и письменная речь (2 часа).

Активные методы обучения: *психологический тренинг* на развитие навыков говорения, слушания, наблюдения. Отработка *в малых группах* техники «Парафраз» как эффективного приема речевой коммуникации. Тесты: «Какой вы лектор?»; «Уверены ли вы в себе?»; «Речевые барьеры при общении» (2 часа).

### **Занятие 13. Эффективные приемы и способы психологического влияния (4 часа)**

Занятие проводится с использованием активных методов обучения: *психологического практикума, тренинговых упражнений* на отработку навыков формирования благосклонности и первого впечатления; аргументации и эффективного слушания; *психологических техник* высказывания комплимента; *работы в малых группах*, направленной на обсуждение основных правил конструктивной критики, отработку навыков конструктивных критических оценок. Стимульный материал: «20 вопросов для самозащиты перед деловой беседой»; «Запрещенные приемы во время деловой беседы». Тест: «Умеете ли вы контролировать себя?» (2 часа).

## **II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению;

• требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

• критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

### III. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Модуль 1. Тема 1–3.	ОК-6 ОПК-5 ПК-11	<p><b>Знает</b> понятия: толерантность, интолирантность, кросс-культурная эрудиция и информированность; нормы, ценности, правила поведения в разных культурах; особенности феномена межкультурной коммуникации, барьеры коммуникации; особенности невербальной семиотики в деловой и межкультурной коммуникации.</p>	УО-1,2,3,4. ПР-2,3,4,5.  Выполнение практических заданий 1-4, письменные отчеты по выполненным работам.	УО-1,2. ПР-1,2.
			<p><b>Умеет</b> аргументированно проводить дифференциацию когнитивных констант и культурологических моделей в межкультурной коммуникации; раскрыть отличия и взаимосвязь между национальной ментальностью и некоторыми аспектами деловой культуры; формулировать методологические аспекты и принципы участия в зарубежных официальных мероприятиях, деловых поездках и гостевых визитах, особенности поведения на международных официальных и неформальных мероприятиях.</p>		
			<p><b>Владет</b> навыками ведения деловых переговоров, навыками определения специфики международного этикета и международной переписки; навыками аргументации основных ошибок и правил кросс-культурных коммуникаций.</p>		
2.	Модуль 2. Темы 4-6.	ОК-6 ОПК-5 ПК-11	<p><b>Знает</b> определение понятий «общение» и «коммуникация»; характеристики и содержание общения, цель, структуру и средства общения; основные психологические механизмы воздействия и познания другого в</p>	УО-1,2,3. ПР-2,4,5,7. Выполнение	УО-1,2. ПР-2,3.

			<p>процессе общения, психологические механизмы межгруппового и межличностного общения; специфику и функции коммуникативных барьеров.</p> <p><b>Умеет</b> аргументировать и различать принципы и механизмы познания другого человека для повышения коммуникационной эффективности личности; классифицировать механизмы воздействия в процессе общения; дифференцировать основные стили и виды общения.</p> <p><b>Владеет</b> навыками определения коммуникационной эффективности личности; получения и подачи «обратной связи»; дифференциации стилей взаимодействия и профессиональных ситуаций, возникающих в профессиональной деятельности специалиста; навыками выявления видов общения, критериев и принципов коммуникационной эффективности личности; навыками анализа психологических моделей убеждающего воздействия.</p>	<p>практических заданий 4-8, письменные отчеты по выполненным работам.</p>	
3.	Модуль 3. Темы 7-9.	ОК-6 ОПК-5 ПК-11	<p><b>Знает</b> определение и специфику делового общения; этапы общения, их характеристики и особенности ролевого поведения в деловом общении; особенности восприятия и понимания в процессе общения, факторы детерминации поведения личности.</p> <p><b>Умеет</b> использовать понятийный аппарат психологии общения; определять типы категории Я-образа и имиджевые аспекты; провести сравнительные психологические характеристики факторов влияния макро и микросреды на личность; провести анализ ситуаций общения с позиций транзакционного анализа.</p> <p><b>Владеет</b> навыками рефлексивного слушания, конструктивных критических оценок; эффективными приемами речевой коммуникации; навыками анализа типов вопросов и умением задавать вопросы открытого типа; навыками детерминации поведения в деловом общении.</p>	<p>УО-1,2,3,4. ПР-3,4,5,7, 10.</p> <p>Выполнение практических заданий 9-13, письменные отчеты по выполненным работам.</p>	УО-1,2. ПР-3,4.
4.	Модуль 4. Темы 10-13.	ОК-6 ОПК-5 ПК-11	<p><b>Знает</b> специфику и особенности делового общения, его виды и формы; психологические особенности публичного выступления; принципы</p>	<p>УО-1,2,3,4. ПР-3,4,5,7,</p>	УО-1,2,4. ПР-4,5.

			<p>взаимодействия говорящего с аудиторией, специфику ведения телефонного разговора; психологические приемы и методы влияния на партнера; основные правила и условия проведения эффективного переговорного процесса.</p> <p><b>Умеет</b> разрабатывать стратегию и тактику ведения переговоров; разрабатывать рекомендации для проведения успешных переговоров; составлять вопросы и разрабатывать стратегию ведения деловой беседы, отвечать на замечания собеседника в процессе деловой беседы; прогнозировать и формировать этапы переговорного процесса.</p> <p><b>Владеет</b> навыками проведения деловой беседы; публичного выступления; навыками различения языковых средств речевой выразительности; навыками проведения деловых переговоров и аргументации в процессе переговоров; навыками определения этапов и смысловых единиц переговорного процесса.</p>	10. Выполнение практических заданий 5-8, письменные отчеты по выполненным работам.	
5.	Модуль 5. Темы 14-15.	ОК-6 ОПК-5 ПК-11	<p><b>Знает</b> понятие «конфликт», его функции, социальную роль; классификацию конфликтов, типы поведения людей в конфликтных ситуациях; причины и последствия конфликтов, стратегии и способы разрешения конфликтов; методы управления конфликтом.</p> <p><b>Умеет</b> провести анализ конфликтных ситуаций в деловой коммуникации; выбирать и использовать стратегии разрешения конфликтной ситуации; использовать основные правила конструктивной критики; использовать и применять понятийный аппарат конфликтологии в практике делового общения.</p> <p><b>Владеет</b> навыками конструктивных критических оценок и аргументации; дифференциации конфликтных ситуаций в деловой сфере рекламной и PR-деятельности; различения симптомов стрессового состояния, определения стиля поведения в конфликте.</p>	<p>УО-1,2,3,4. ПР-2,4,7, 10.</p> <p>Выполнение практических заданий 10-13. письменные отчеты по выполненным работам.</p>	УО-1, 2,3. ПР-2,4.

Контрольные и методические материалы, а также критерии и показатели необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы

формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы представлены в Приложении 2.

#### **IV. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **Основная литература**

1. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: учеб. / Г.В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 295 с.  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-124236&theme=FEFU>

2. Деловое общение: Учебное пособие / Авт.-сост. И. Н. Кузнецов. – 5-е изд. – М.: Дашков и К, 2013. – 528 с.  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:307633&theme=FEFU>

3. Деловые коммуникации: учебное пособие / сост. Т.И. Сахнюк. – Ставрополь: СтГАУ, 2013. – 92 с. – Режим доступа:  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514137>

4. Деловые и межкультурные коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата по экономическим направлениям и специальностям / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева; Высшая школа экономики (национальный исследовательский университет). Москва : Юрайт, 2015. – 324 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:784956&theme=FEFU>

5. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2014. – 376 с.  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Znanium:Znanium-514171&theme=FEFU>

6. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения / В.Н. Лавриненко. – М., 2010. – 416 с.  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:339728&theme=FEFU>  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390299>

7. Межкультурные коммуникации и лидерство : учебное пособие / Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и

менеджмента ; [сост. И. Н. Дроздов]. Владивосток : Изд-во Дальневосточного федерального университета, 2013. – 315 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:730060&theme=FEFU>

8. Мунин А.Н. Деловое общение. Курс лекций. / А.Н. Мунин. – Издательство: ФЛИНТА, 2010. – 376 с. [http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Lan:/usr/vtls/ChamoHome/visualizer/data\\_lan/data\\_lan+%283365%29.xml&theme=FEFU](http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=Lan:/usr/vtls/ChamoHome/visualizer/data_lan/data_lan+%283365%29.xml&theme=FEFU)

9. Эффективное речевое общение (базовые компетенции) [Электронный ресурс]: словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. – Красноярск: Изд-во Сибирского федерального университета, 2012. – 882 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=404699>

### **Дополнительная литература**

1. Стилистика и культура русской речи: Учебник / Т.Я. Анохина, О.П. Гонтарева и др.; Под ред. проф. Т.Я. Анохиной. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 320 с.: 60x90 1/16. – (Высшее образование: Бакалавр.). (п) ISBN 978-5-91134-717-8 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391714>

2. Кукушин, В.С. Психология делового общения [Текст]: учебное пособие / В. С. Кукушин. – 2-е изд., испр. и доп. – Ростов н/Д : Феникс : МарТ, 2010. – 364 с. – Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:292835&theme=FEFU>

3. Купчик, Е. В. Основы делового общения и гостеприимства: учеб. пособие / Е. В. Купчик, О. В. Трофимова. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, 2013. – 264 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=466410>

4. Основы русской деловой речи [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / Н.А. Буре, Л.Б. Волкова, Е.В. Косарева и др.; под ред. проф. В.В. Химики. – СПб.: Златоуст, 2012. – 448 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=522877>

5. Интернет-коммуникация как новая речевая формация [Электронный ресурс] : колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 328 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455323>

6. Барышников, Н.В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 368 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>

7. Басенко, В.П. и др. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений : учеб. пособие / В. П. Басенко, Б. М. Жуков, А. А. Романов. – М.: Академия Естествознания, 2012 . – 384 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415045>

8. Борисова, Е. Элементы стиля: Принципы убедительного делового письма [Электронный ресурс] / Елена Борисова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. –125 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=521729>

9. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: Учебник / Г.В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 295 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=465327>

10. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: учебное пособие для вузов / Т.Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 316 с. <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:248714&theme=FEFU>

11. Громова, Н.М. Деловое общение на иностранном языке: Методика обучения / Н.М. Громова. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 286 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=192695>

12. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие/Гундарин М. В., 2-е изд., испр. и доп. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 312 с.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493364>

13. Зеленков, М. Ю. Конфликтология [Электронный ресурс] : Учебник / М. Ю. Зеленков. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 324 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415117>



14. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 351 с.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=396131>

15. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации : учебник для вузов / А. Г. Киселев. – Москва : КноРус , 2012. – 431 с.  
<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:670831&theme=FEFU>

16. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество. СМИ. Власть / А. Г. Киселев. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 432 с.  
<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:296802&theme=FEFU>

17. Козырев, Г.И. Конфликтология: Учебник / Г.И. Козырев. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=420956>

18. Кривокоора, Е.И. Деловые коммуникации: Учебное пособие / Е.И. Кривокоора. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 190 с.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=452008>

19. Кузнецов, И.Н. Деловое общение [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Авт.-сост. И.Н. Кузнецов. – 5-е изд. – М.: Дашков и К, 2013. – 528 с.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411372>

20. Кузнецов, И.Н. Деловое общение. Деловой этикет [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Автор-составитель И. Н. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 431 с.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390949>

21. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы. Практическое пособие / П. А. Кузнецов. – М.: «Дашков и К<sup>о</sup>», 2014. – 296 с.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511984>

22. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов / Под ред. В. Н. Лавриненко. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 415 с.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390299>

23. Пендикова, И. Г. Архетип и символ в рекламе [Электронный ресурс]: учеб. пособие / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина; под ред. Л. М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 303 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390293>

24. Пименов П.А. Основы рекламы : учебное пособие для вузов / П.А. Пименов. – Москва : Гардарики , 2009. – 399 с.

<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:296017&theme=FEFU>

25. Реклама. Внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход / под ред. Д. Райгородского. – М.: Бахрах-М , 2001. – 752 с. <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:321791&theme=FEFU>

26. Современная реклама: теория и практика / Песоцкий Е.А. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 347 с. <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:5567&theme=FEFU>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

<http://grebennikon.ru/> – электронная библиотека Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников» по экономике, финансам, бизнесу, маркетингу, менеджменту, логистике, управлению персоналом.

[ЭБС znanium.com](http://znanium.com) [НИЦ "ИНФРА-М"](http://nic.infra-m.ru) – ЭБС znanium.com — учебники и учебные пособия, диссертации и авторефераты, монографии и статьи, сборники научных трудов, энциклопедии, научная периодика, профильные журналы, справочники, законодательно-нормативные документы.

<http://blogbrandaid.com/> – Агентство BrandAid.

<http://www.interbrand.com/> – оценка самых известных брендов мира.

<http://www.russbrand.ru/> – «Русский бренд» электронный журнал.

<http://window.edu.ru/resource/125/26125/files/669.pdf>

## **V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Изучение дисциплины «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» выполняется по следующему алгоритму.

1. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях, но для усвоения материала студентам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Студенту для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата, перечень контрольных вопросов, задания для самостоятельной работы и темы презентаций. Студент выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит письменную работу, которую защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к его содержанию и оформлению. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием по каждой теме самостоятельной работы.

2. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими и семинарскими занятиями, на которых студенты анализируют теоретические и практические аспекты изучаемых тем, отвечают на поставленные вопросы, определяют проблемные области исследуемых тем и затем, в групповых обсуждениях и дискуссиях, аргументированно и всесторонне защищают те или иные положения. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

3. Самостоятельная работа студента должна включать проработку информации, используя лекционный материал, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую

литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов.

4. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации – сдаче зачета, при этом для подготовки используется список контрольных вопросов к зачету.

Зачет выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы.

## **VI. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

Не предусмотрено.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Психология массовых коммуникаций» существует следующее материально-техническое обеспечение:

- компьютерный класс с мультимедийным оборудованием (панель LGFLATRON, проектор MITSUBISHIVLT-TX320LP);
- 15 рабочих мест HPdc7700 в составе: монитор LCD, клавиатура, компьютер HPdc7800 CMTT6750;
- ИБП APC 7495 RRV- 20 шт.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**по дисциплине**

**Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с  
общественностью**

**Направление подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью  
Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»  
Форма подготовки очная**

**Владивосток  
2015**

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине  
«Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с  
общественностью»

№ п/п	Дата/сроки Выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	02.02 – 30.03	Подготовка к практическим занятиям	9 час.	Работа на практических занятиях
2	02.02 – 30.03	Подготовка мультимедийной презентации (домашнее задание)	4 час.	Защита мультимедийной презентации
3.	02.02 – 30.03	Подготовка письменной работы (реферат/доклад/эссе)	10 час.	Защита реферата /доклада / эссе
4.	20.03 – 30.03	Подготовка к промежуточной аттестации	6 час.	Письменные и устные формы опроса
5.	01.04 – 30.05	Подготовка к практическим занятиям	9 час.	Работа на практических занятиях
6.	01.04 – 20.05	Подготовка мультимедийной презентации (домашнее задание)	4 час.	Защита мультимедийной презентации
7.	01.04 – 30.05	Подготовка письменной работы (реферат/доклад/эссе)	10 час.	Защита реферата /доклада / эссе
8.	30.05 – 06.06	Подготовка к экзамену	20 час.	Экзамен

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала по каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.
2. Подготовка рефератов и презентаций по темам, сформулированным преподавателем, либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Подготовка к экзамену.

## **Задания и литература для самостоятельной работы**

### **Тема 1. Личность в деловом общении**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Понятие и структура личности. Психологические особенности личности (человек, индивидуальность, субъект, индивид, личность).
2. Основные характеристики личности (активность, направленность и совместная деятельность социальных групп, коллективов).
3. Деловые качества коммуникантов и Я-концепция личности.
4. Структура сознания личности (обыденный и теоретический уровни).
5. Классификация психотипов личности в рабочей группе.
6. Мотивационная структура личности
7. Эмоции и отношения в системе деловых коммуникаций

#### **Литература:**

1. Андреева, Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – 5-е изд. – М. : Аспект-Пресс, 2014. – 363 с.
2. Бодалёв, А. А. Психология общения : избр. психологические труды / А. А. Бодалёв. – 3-е изд., перераб. и доп. – Воронеж : НПО «МОДЭК». – 2002. – 320 с.
3. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: учеб. / Г.В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 295 с.
4. Ковальчук, А. С. Основы делового общения : учеб. пособие / А. С. Ковальчук. – М. : Дашков и Ко, 2008. – 300 с.
4. Ньюстром, Дж. В. Организационное поведение / Дж. В. Ньюстром, К. Дэвис ; Пер. с англ. – СПб., 2000.
5. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учеб. пособие / А. П. Панфилова. – СПб., 2005.

### **Тема 2. Деловое общение в рабочей группе**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Социально-психологические особенности рабочей группы.
2. Психология рабочей группы.

3. Проблема профессиональной зрелости рабочей группы.
4. Типы взаимоотношений в коллективе.
5. Морально-психологический климат в коллективе и его динамика.
6. Структура коллектива и понятие сплоченности.

#### **Литература:**

1. Басенко, В. П. и др. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений : учеб. пособие / В. П. Басенко, Б. М. Жуков, А. А. Романов. – М. : Академия Естествознания, 2009 . – 274 с.

2. Добренъков, В. И. Управление человеческими ресурсами / В. И. Добренъков, А. П. Жабин, Ю. А. Афонин. – М. : КДУ, 2009. – 360 с.

3. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.

4. Нельсон, Т. Психология предубеждений. Секреты шаблонного мышления, восприятия и поведения. СПб : Еврознак. – М : Олма-Пресс, 2003.

### **Тема 3. Формы деловой коммуникации**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Деловая беседа. Типы деловых бесед (Целевые, общие).
2. Собrania и совещания в деловом общении.
3. Типы совещаний (ознакомительное, информационно, разъяснительное, проблемное, инструктивное, координационное, разовые, постоянно действующие и периодические).
4. Деловые переговоры.
5. Публичное выступление.
6. Этикет коммуникаций.
7. Письменная деловая коммуникация.
8. Международная переписка.

#### **Литература:**

1. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учеб. / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – М. : Юрайт, 2013. – 468 с.



2. Душкина, М.Р. Психология влияния. Деловое общение. – СПб.: Питер, 2004. – 224 с.

3. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.

4. Захарова, И.В. Деловые коммуникации : практикум / И. В. Захарова. – Ульяновск: УВАУ ГА(И), 2015. – 131 с.

5. Купчик, Е.В. Основы делового общения и гостеприимства : учеб. пособие / Е.В. Купчик, О.В. Трофимова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 264 с.

#### **Тема 4. Переговорный процесс в деловом общении**

1. Определение целей и задач переговоров. Основные принципы проведения переговоров.

2. Определение этапов и смысловых единиц переговорного процесса (установление контакта, достижение взаимопонимания и сбор информации).

3. Определение этапов и смысловых единиц переговорного процесса (осознание желаемого результата; гипотезы и выработка альтернативных решений; обобщение результатов взаимодействия и выход из контакта).

4. Понятие «обратной связи».

#### **Литература:**

1. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: учеб. / Г.В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 295 с.

2. Душкина, М.Р. Психология влияния. Деловое общение. – СПб.: Питер, 2004. – 224 с.

3. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учеб. / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – М. : Юрайт, 2013. – 468 с.

4. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.

5. Захарова, И. В. Деловые коммуникации : практикум / И. В. Захарова. – Ульяновск: УВАУ ГА(И), 2015. – 131 с.

## **Тема 5. Этика делового общения**

2. Нормы и отличительные особенности этики делового общения традиционного общества.

3. Современные взгляды на этику делового общения. Этические принципы.

4. Взаимодействие в деловой коммуникации.

5. Вербальные и невербальные средства коммуникации.

6. Восприятие, установки, слушание и убеждение в деловой коммуникации.

7. Имидж делового человека.

### **Литература:**

1. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: учеб. / Г.В. Бороздина. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 295 с.

2. Громова, Л. А. Этика управления : учеб.-метод. пособие / Л. А. Громова. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. – 183 с.

3. Душкина, М.Р. Психология влияния. Деловое общение. – СПб. : Питер, 2004. – 224 с.

4. Коэн, Д. Язык жестов для лучшего взаимопонимания / Д. Коэн. – М. : Эксмо, 2002. – 176 с.

5. Коммуникационный менеджмент: этика и культура управления : учеб. пособие / Т. Ю. Анопченко, М. А. Чернышев, Г. А. Болошин и др. – Ростов на Дону : Феникс, 2010. – 380 с.

6. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.

7. Пиз, А. Язык телодвижений: как читать мысли окружающих по их жестам / А. Пиз. – М. : Эксмо, 2002. – 224 с.

## **Тема 6. Конфликты в деловом общении**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Понятие конфликта. Типология конфликтов.

2. Причины и предпосылки возникновения конфликтов.

3. Понятие и типы конфликтогенов.
4. Поведение в конфликтных ситуациях. Стратегии разрешения конфликтов.
5. Критика в деловой коммуникации.

#### **Литература:**

1. Басенко, В. П. и др. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений : учеб. пособие / В. П. Басенко, Б. М. Жуков, А. А. Романов. – М. : Академия Естествознания, 2009 . – 274 с.
2. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.
3. Купчик, Е.В. Основы делового общения и гостеприимства : учеб. пособие / Е.В. Купчик, О.В. Трофимова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 264 с.

### **Тема 7. Психология рекламы**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Закономерности массового сознания и реклама. «Среда» рекламы. Психотехнология рекламной стратегии. Мотивация и психологические задачи в рекламе. Замена уникального торгового предложения имиджем товара. Установки и стереотипы в рекламной практике. Технология создания имиджа: ассоциации, проекции «свидетельства», апелляция к «лидерам мнений».
2. Психология восприятия рекламы. Внимание и понимание в рекламе. Особенности возрастной, половой, социально-классовой психологии и рекламное воздействие. Социальные и половозрастные стереотипы в рекламе.
3. Виды рекламного психологического воздействия. Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия. Информирование, убеждение, внушение, побуждение.
4. Психологическая направленность рекламного текста: значение и смысл, «теплые» и «холодные» слова и т.д. Структура слогана. Речевое

воздействие в рекламе: основные сферы и разновидности. Скрытые и явные сравнения. Имплицитная информация в рекламе. Игровые приемы в рекламе: мифология, парадоксы, каламбуры, стилистические диссонансы, рифма, идеологизмы.

5. Невербальная составляющая рекламного сообщения. Цвет в рекламе. Дизайн рекламы. Национальные традиции в рекламе. Реклама в прессе, по радио, по телевидению, наружная реклама, транзитная реклама: психологические аспекты.

6. Понятие коммуникативной эффективности рекламы. Основные критерии коммуникативной эффективности: распознаваемость (идентифицируемость), запоминаемость, притягательная и агитационная сила сообщения.

#### **Литература:**

1. Коэн, Д. Язык жестов для лучшего взаимопонимания / Д. Коэн. – М. : Эксмо, 2002. – 176 с.
2. Лебедев-Любимов, А. Психология рекламы. СПб: Питер, 2003. С.160-254, 305-353.
3. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы / Р. И. Мокшанцев; Новосибирская гос. академия экономики и управления; Науч. ред. М. В. Удальцова. – М. : Инфра-М, 2002. – 229 с.
4. Пиз, А. Язык телодвижений: как читать мысли окружающих по их жестам / А. Пиз. – М. : Эксмо, 2002. – 224 с.
5. Создание эффективной рекламы: Практическое руководство по креативной деятельности / Роберт Акша. – М.: Вершина, 2003. – 268 с.
6. Федотова, Л.Н. Реклама в коммуникационном процессе / Л.Н. Федотова. – М.: Изд. дом «Камерон», 2005. – 464с.

#### **Тема 8. Речевые коммуникации**

**Вопросы для обсуждения:** Основные понятия теории речевой коммуникации. Речевая норма и культура речи. Этика речевой коммуникации. Национальные особенности речевого этикета. Устная и письменная речь.

Развитие навыков говорения, слушания, наблюдения. Парафраз как эффективный прием речевой коммуникации.

### **Литература:**

1. Адаир, Д. Эффективная коммуникация. – М.: Эксмо, 2006. – 320 с.
2. Баркер, А. Как улучшить навыки общения. – СПб.: «Нева», 2003.
3. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: учеб. / Г.В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 295 с.
4. Гойхман, О.Я. Основы речевой коммуникации / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина, – М., 2008. – 207 с.
5. Душкина, М.Р. Психология влияния. Деловое общение. – СПб.: Питер, 2004. – 224 с.
6. Колтунова, М.В. Язык и деловое общение : нормы, риторика, этикет / М. В. Колтунова. М.: Эконом, литература, 2002. – 287 с.

### **Задания для самостоятельной работы:**

1. Имидж и этикет делового человека.
2. Этикет делового общения.
3. Барьеры делового общения.
4. Культура речи в деловом общении.
5. Культура и техника слушания в деловом общении.
6. Особенности проведения деловых бесед.
7. Деловое совещание.
8. Искусство проведения переговоров.
9. Деловая дискуссия.
10. Искусство спора и полемики.
11. Рекламное сообщение, условия его психологического воздействия.
12. Условия проведения эффективной презентации.
13. Деловая переписка.
14. Деловой телефонный разговор.
15. Техника убеждения оппонента в споре.

16. Конфликты в деловом общении (в рекламной деятельности).
17. Правила разрешения конфликтных ситуаций.
18. Коммуникативная компетентность специалиста по рекламе.
19. Понимание «языка» невербального общения.
20. Характерные черты различных народов и особенности делового этикета.

### **Перечень контрольных вопросов для самостоятельной работы:**

1. Деловые коммуникации как процесс.
2. Виды коммуникаций (пространственная, биологическая, социальная).
3. Основные элементы процесса коммуникации.
4. Критерии классификации коммуникаций в организации.
5. Коммуникативное пространство и коммуникативное время.
6. Вербальные коммуникации.
7. Невербальные коммуникации (кинестические, просодические, экстралингвистические, такесические, проксемические, культура времени, физическая среда).
8. Понятие и структура личности. Психологические особенности личности (человек, индивидуальность, субъект, индивид, личность).
9. Основные характеристики личности (активность, направленность и совместная деятельность социальных групп, коллективов).
10. Деловые качества коммуникантов и Я-концепция личности.
11. Структура сознания личности (обыденный и теоретический уровни).
12. Основные типы темперамента индивида (холерический, флегматический, сангвинический, меланхолический).
13. Типология поведения личности Карла Густава Юнга.
14. Понятие и сущность коммуникативной личности. Понятие языковой личности.

15. Сущность и значение делового общения.
16. Виды делового общения («контакт масок», формально-ролевое общение, светское общение, управление групповой деятельностью и групповым поведением и т.д.).
17. Умения руководителя при деловом общении.
18. Собrania и совещания в деловом общении.
19. Типы совещаний (ознакомительное, информационно, разъяснительное, проблемное, инструктивное, координационное, разовые, постоянно действующие и периодические).
20. Типы деловых бесед (целевые, общие).
21. Коммуникационные сети (открытые, закрытые).
22. Восприятие, установки, слушание и убеждение в деловой коммуникации.
23. Психологические эффекты межличностного восприятия (новизны, первичности, стереотипности, ореола).
24. Барьеры, встречающиеся на пути эффективных коммуникаций (стереотипы восприятия, неумение слушать собеседника, психологическая несовместимость, селективное восприятие информации, различия в ценностных суждениях).
25. Межличностная аттракция.
26. Виды слушания (критическое, эмпатическое, нерефлексивное, активное рефлексивное).
27. Понятие коммуникативного стиля.
28. Переменные движущие силы развития личности по Адлеру (социальный интерес и степень активности).
29. Типы жизненных установок по Адлеру (управляющий, берущий, избегающий, социально-полезный).
30. Пресс-конференция как вид коммуникации.
31. Деловая, массовая и групповая дискуссия как вид коммуникации.
32. Деловой спор как вид коммуникации.
33. Манипуляция сознанием. Причины и цель манипуляции.

34. Межкультурные различия в деловой коммуникации: коммуникативистика, лингвострановедение, этнолингвистика, лингвокультурология в деловой коммуникации.

### **Тематика презентаций по разделам (по выбору студента)**

1. Этапы подготовки и произнесения речи согласно античному риторическому канону (инвенция, диспозиция, элокуция, меморио).

2. KISS-принцип в деловых коммуникациях.

3. Виды манипулятивного влияния (манипуляция образами, конвенциональная манипуляция, операционально-предметная манипуляция, манипуляция личностью адресата, манипуляция духовностью).

4. Типы манипуляторов по Э. Шострому (диктатор, тряпка, калькулятор, прилипала, хулиган, славный парень, судья, защитник).

5. Пропаганда в деловых коммуникациях.

6. Закономерности приема «Игра на конъюнктуре» в переговорном процессе.

7. Виды поведенческих норм (традиции, обычаи, обряды, законы, нравы).

8. Формы мира окружающего человека мир (реальный мир, культурная (понятийная) картина мира, языковая картина мира).

9. Система электронной коммерции и ее возможности.

10. Типы решений в области электронной коммерции (основные и вспомогательные).

11. Компьютерная коммуникация, компьютерный дискурс.

12. Виды потребностей, которые человек удовлетворяет с помощью Интернета (коммуникативная, познавательная и игровая).

13. Конститутивные признаки компьютерного дискурса как вид общения (креолизованность, высокая степень проницаемости, дистантность, опосредованность гипертекст, преимущество статусного равноправия, виртуальность общения, передача эмоций, мимики, чувств с помощью «смайликов»).





МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**по дисциплине**

Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с  
общественностью

Направление подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма подготовки очная

**Владивосток**

**2015**

## Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических занятиях, групповых дискуссиях, коллоквиумах, конференция, защита презентаций, тестирование) по оцениванию фактических знаний, умений и навыков.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на практических и семинарских занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (от 6 до 10 баллов – «зачтено», менее 5 баллов – «не зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие:

- 8,5-10,0 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины (ОК-6, ОПК-5, ПК-11) – ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы вопросов по философии и методологии науки, логичностью, последовательностью и аргументированностью ответа, умением объяснять сущность вопроса, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы;

- 6,5-8,0 баллов - проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины (ОК-6, ОПК-5, ПК-11): умение объяснять сущность вопросов делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности;

- 5,5-6,0 баллов – в ответе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины (ОК-6, ОПК-5, ПК-11), но ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, недостаточным умением давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и

последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа;

- менее 5 баллов - проявлены незнание основных вопросов знания компетенций дисциплины (ОК-6, ОПК-5, ПК-11): неглубокое раскрытие темы, неумение давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций* (ОК-6, ОПК-5, ПК-11) определяется при защите реферата, защите презентаций и иных видах работ, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-балльной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 5 баллов – «не зачтено»).

Реферат, доклад, эссе по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы.

От 6 до 10 баллов – студент понимает базовые теоретические основы дисциплины «Межкультурные и деловые коммуникации в связях с общественностью», понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, допущено не более 2 ошибок в смысловом изложении или содержании проблемы, оформлении работы;

Менее 5 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины; работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более ошибки в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

## Критерии оценки презентации доклада

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
	<b>Содержание критериев</b>			
<b>Раскрытие проблемы</b>	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.
<b>Представление</b>	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина.	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.
<b>Оформление</b>	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint частично. 3- 4 ошибки в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы технологии PowerPoint и др.. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
<b>Ответы на вопросы</b>	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

## Критерии оценки устного ответа

- 100-86 баллов – если ответ показывает прочные знания об основных процессах изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

- 85-76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна-две неточности в ответе.

- 75-61 баллов – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

- 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

#### **Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии**

- 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования;

методами и приемами анализа практик. Фактические ошибки, связанные с пониманием проблемы, отсутствуют.

- 85-71 баллов – работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

- 75-61 баллов – проведен самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущены не более 2 ошибок в смысле или содержания проблемы.

- 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или переписанный исходный текст, без каких-либо комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

### **Перечень контрольных вопросов к экзамену:**

1. Общение и деловое общение. Структура делового общения.
2. Функции общения. Основные категории и принципы делового общения.
3. Основные факторы детерминации человеческого поведения в деловом общении.
4. Особенности социальных стереотипов, приемы манипулирования ими в деловом общении.
5. Перечислите и охарактеризуйте базовые психологические установки нашего «Я» по отношению к окружающим.
6. Основные компоненты культуры делового общения.
7. Восприятие и понимание в процессе общения.
8. Вербальная и невербальная коммуникация в процессе общения.

9. Общение как взаимодействие.
10. Общение как коммуникация. Основные средства общения и их характеристика.
11. Основные этапы общения и их особенности.
12. Стили общения и особенности их интерпретации.
13. Характеристика рабочей группы как социально-психологической общности, ее отличие от других социальных групп.
14. Структура рабочей группы и профессиональная зрелость рабочей группы.
15. Особенности межличностных отношений в рабочей группе.
16. Основные типы взаимоотношений внутри коллектива между руководителем и подчиненными.
17. Морально-психологический климат рабочей группы.
18. Формальная и неформальная структура рабочей группы.
19. Аттракция и приемы ее формирования.
20. Разновидности психотипов личности.
21. Лидерство и руководство. Роль руководителя в становлении коллектива.
22. Стилль руководства и типы управленческого воздействия.
23. Причины возникновения конфликтов, их типология.
24. Виды конфликтов в организации. Структура конфликта.
25. Типы конфликтной личности, особенности поведения и пути разрешения конфликтов с ней.
26. Этика делового общения. Роль этики в деловом общении.
27. Профессиональная этика руководителя.
28. Основные принципы этики делового общения «по горизонтали» и «по вертикали».
29. Пути повышения этики делового общения.
30. Этикет и деловой этикет. Функции этикета.
31. Правила общения по телефону.
32. Правила деловой переписки.

33. Психологические особенности деловых переговоров.
34. Понятия инкультурации и социализации в МКК.
35. Национальный характер и национальные стили ведения переговоров.
36. Вклад Э.Холла в становление теории МКК.
37. Деловой этикет в МКК: правила, нормы и принципы.
38. Монохронная и полихронная модель использования времени в различных этнических культурах.
39. Понятие национальной культуры и культурное многообразие мира.



## Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели	баллы
<p>ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p><b>знает</b> (пороговый уровень)</p>	<p>- имеет представление о специфике делового общения в парадигме социальной психологии; особенности межкультурной коммуникации в деловом общении; основные механизмы воздействия в процессе общения</p>	<p>знание определений и основных понятий предметной области исследования</p>	<p>- знание понятий: толерантность, интолирантность, кросс-культурная эрудиция и информированность; - нормы, ценности, правила поведения в разных культурах; - особенности феномена межкультурной коммуникации, барьеры коммуникации; - особенности невербальной семиотики в деловой и межкультурной коммуникации</p>	<p>45-64</p>
	<p><b>умеет</b> (продвинутый уровень)</p>	<p>умение владеть культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения</p>	<p>умение проводить анализ способствующих принятию решения факторов и нести ответственность за принятые решения, анализировать и находить новые возможности, соизмерять возможные риски и действовать в ситуациях</p>	<p>- способность обобщать полученные знания, самостоятельно осваивать и применять изученные методы исследований; - способность ставить новые цели и решать практические задачи - способность охарактеризовать специфику социальных, этнических,</p>	<p>46-80</p>

				конфессиональных и культурных различий	
	<b>владеет</b> (высокий)	владение навыками основных форм делового общения для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	умение - согласовать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в работе коллектива; - применять методы психологического воздействия на персонал с целью мотивации к выполнению поставленных задач	способность к продуктивному сотрудничеству в коллективе, формируя единое рабочее пространство корпоративной культуры, с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий	81-100
ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	<b>знает</b> (пороговый уровень)	-теоретический материал, базовые установки и основные понятия, обеспечивающие понимание стилей, видов, структуры, средств, характеристик и содержания межкультурных коммуникаций и делового общения	- знание определений и основных понятий предметной области исследования - знание психологии делового общения и межкультурных коммуникаций; основных видов психологического воздействия	способность применять понятийный аппарат, проводить научный анализ и изучать нормативные правовые документы в своей профессиональной, научно-исследовательской и практической деятельности	45-64
	<b>умеет</b> (продвинутый уровень)	применять основные формы делового общения в практике межличностного и межкультурного и профессионального	умение выбирать и использовать методы социальной психологии и делового общения, проводить анализ	способность работать в коллективе, использовать нормативные правовые документы для принятия организационных решений,	46-80

		взаимодействия; грамотно подготовиться к созданию эффективных переговоров, публичного выступления, беседы и иных форм делового общения с опорой на нормативные правовые документы	возникающих в процессе научного исследования мировоззренческих проблем навыками, обобщать полученные знания и результаты исследований с учетом процессов глобализации	проводить оценку эффективности и анализ возможных последствий принятых решений	
	<b>владеет</b> (высокий)	навыками анализа конкретных профессиональных ситуаций, возникающих в практике межкультурных и деловых коммуникаций специалиста по рекламе и связям с общественностью	навыками определения коммуникативной эффективности; анализа психологических моделей убеждающего воздействия; активного слушания, конструктивных критических оценок; эффективными приемами речевой коммуникации; навыками убеждающего воздействия, получения и подачи «обратной связи»; навыками определения этапов и смысловых единиц переговорного процесса	способность применения полученных знаний и умений в профессиональной деятельности и повседневной жизни с целью развития полноценных партнерских отношений между членами рабочей группы	81-100
ПК-11 – владение навыками написания аналитических	<b>знает</b> (пороговый уровень)	структуру аналитической справки, отчета, обзора и прогноза	теоретические основы и структуру написания аналитических справок,	основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и	45-64

справок, обзоров и прогнозов			обзоров и прогнозов в практике межкультурных и деловых коммуникаций	прогнозов	
	<b>умеет</b> (продвинутый уровень)	грамотно и логично формулировать мысли в отчете, обзоре и аналитической справке о проведенном исследовании	умение анализировать данные текстов, формулировать прогнозы о деятельности компании на основе проведенных исследований	сопоставлять полученные данные на основе проведенной аналитической работы и грамотно представлять их в отчете, обзоре и аналитической справке	46-80
	<b>владеет</b> (высокий)	навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов о деятельности компании по результатам проведенных исследований	навыками подготовки, организации и проведения анкетирования и опросов общественного мнения	навыками формулирования прогнозов о деятельности компании по результатам проведенных исследований	81-100