



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 3 семестр б
всего часов нагрузки – 108 час.
в том числе с использованием МАО 20 час.
лабораторные работы - не предусмотрены
всего часов аудиторной нагрузки – 72 час.
лекции 36 час.
практические занятия 36 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 10 /
самостоятельная работа 72 час.
в том числе на подготовку к экзамену 36 час.
курсовая работа / курсовой проект – не предусмотрено
зачет -
экзамен б семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 21.10.2016

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

Директор Департамента коммуникаций и медиа: канд. полит. наук, доцент Казакова В.А.
Составитель: канд. полит. наук, доцент Федорова Е.В.

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)

Аннотация

Дисциплина «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью» предназначена для бакалавров направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» очной формы обучения в соответствии с требованиями образовательного стандарта (ОС) высшего образования (ВО) ОС ВО ДВФУ от 21.10.2016.и относится к блоку Дисциплин Основной части (Б1.Б.12).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекции (36 час.), практические занятия (36 час.), в том числе в интерактивной форме (10 час.), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре. В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен (6 семестр).

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», «Имиджелогия».

Курс «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие общекультурных, (ОК-5, ОК-6) общепрофессиональных (ОПК-5) и профессиональных компетенций (ПК-11) у 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-5 - способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

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.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	суть процессов самостоятельного приобретения и использования, в том числе с помощью информационных технологий, новых знаний и умений, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности
	Умеет	самостоятельно приобретать и использовать, в том числе с помощью информационных технологий, новые знания и умения, непосредственно не связанные со сферой профессиональной деятельности
	Владеет	способами самостоятельного приобретения и использования, в том числе с помощью информационных технологий, новых знаний и умения, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности
ОК-6 способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях	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 – способностью организовывать и проводить социологические исследования	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 (36 часов)

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, интолиерантность; 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 час.).

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 аккультурации; понятие инкультурации, механизмы и стадии инкультурации (2 час.).

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 (6 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 час.).

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 час.).

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 (2 час.).

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 час.).

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 час.).

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 час.).

МОДУЛЬ 4. Сущность и особенности делового общения, его виды и формы (8 час.)

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 час.).

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 (2 час.).

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 (2 час.).

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 час.).

МОДУЛЬ 5. Конфликты и конфликтные ситуации в деловой коммуникации (10 часов)

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 (6 час.).

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 (4 час.).

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (54 часа, в интерактивной форме – 28 часов)

Занятие 1-2. Личность в деловом общении (6 час.)

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 (4 час.).

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 час.).

Занятие 3-4. Деловое общение в рабочей группе (6 час.)

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 (4 час.).

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 час.).

Занятие 5-6. Формы деловой коммуникации (6 час.)

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 (4 час.).

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 час.).

Занятие 7-8. Переговорный процесс в деловом общении (6 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 (4 час.).

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 час.).

Занятие 9. Этика делового общения (6 час.)

Занятие проводится в интерактивной форме с применением метода *групповой дискуссии*. Обсуждение вопросов семинара по теме (8 час.).

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 час.).

Занятие 10. Конфликты в деловом общении (6 час.)

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 (4 час.).

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 час.).

Занятие 11. Психология рекламы (6 час.)

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.(6 час.)

Занятие 12. Речевые коммуникации (6 час.)

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» (4 часа).

Занятие 13. Эффективные приемы и способы психологического влияния (6 час.)

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?» (6 час.).

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	Знает понятия: толерантность, интолиерантность, кросс-культурная эрудиция и информированность; нормы, ценности, правила поведения в разных культурах; особенности феномена	УО-1,2,3,4. ПР-2,3,4,5.	УО-1,2. ПР-1,2.

			<p>межкультурной коммуникации, барьеры коммуникации; особенности невербальной семиотики в деловой и межкультурной коммуникации.</p> <p>Умеет 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>Владеет навыками ведения деловых переговоров, навыками определения специфики международного этикета и международной переписки; навыками аргументации основных ошибок и правил кросс-культурных коммуникаций.</p>	<p>Выполнение практических заданий 1-4, письменные отчеты по выполненным работам.</p>	
2.	<p>Модуль 2. Темы 4-6.</p>	<p>ОК-6 ОПК-5 ПК-11</p>	<p>Знает определение понятий «общение» и «коммуникация»; характеристики и содержание общения, цель, структуру и средства общения; основные психологические механизмы воздействия и познания другого в процессе общения, психологические механизмы межгруппового и межличностного общения; специфику и функции коммуникативных барьеров.</p> <p>Умеет 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>Владеет 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</p>	<p>УО-1,2,3. ПР-2,4,5,7. Выполнение практических заданий 4-8, письменные отчеты по выполненным работам.</p>	<p>УО-1,2. ПР-2,3.</p>

			эффективности личности; навыками анализа психологических моделей убеждающего воздействия.		
3.	Модуль 3. Темы 7-9.	ОК-6 ОПК-5 ПК-11	<p>Знает 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>Умеет 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>Владет 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>	УО-1,2,3,4. ПР-3,4,5,7,10. Выполнение практических заданий 9-13, письменные отчеты по выполненным работам.	УО-1,2. ПР-3,4.
4.	Модуль 4. Темы 10-13.	ОК-6 ОПК-5 ПК-11	<p>Знает специфику и особенности делового общения, его виды и формы; психологические особенности публичного выступления; принципы 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>Умеет 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>Владет навыками проведения деловой беседы; публичного выступления; навыками различения языковых средств речевой выразительности; навыками проведения деловых переговоров и аргументации в процессе переговоров;</p>	УО-1,2,3,4. ПР-3,4,5,7,10. Выполнение практических заданий 5-8, письменные отчеты по выполненным работам.	УО-1,2,4. ПР-4,5.

			навыками определения этапов и смысловых единиц переговорного процесса.		
5.	Модуль 5. Темы 14-15.	ОК-6 ОПК-5 ПК-11	<p>Знает 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>Умеет 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>Владеет 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>	УО-1,2,3,4. ПР-2,4,7,10. Выполнение практических заданий 10-13. письменные отчеты по выполненным работам.	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 (электронные и печатные издания)

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^о», 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

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 (печатные и электронные издания)

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 : MapT, 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>

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>

12. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: 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>

18. Кривокопа, Е.И. Деловые коммуникации: Учебное пособие / Е.И. Кривокопа. – 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>

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>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

[ЭБС znanium.com](http://znanium.com) НИЦ "ИНФРА-М" – 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

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 529

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами,

оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И 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

2018

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.	5 сем.	Подготовка к практическим занятиям	8 час.	Работа на практических занятиях
2	5 сем.	Подготовка мультимедийной презентации (домашнее задание)	8 час.	Защита мультимедийной презентации
3.	5 сем.	Подготовка письменной работы (реферат/доклад/эссе)	10 час.	Защита реферата /доклада / эссе
4.	5 сем.	Подготовка к промежуточной аттестации	10 час.	Письменные и устные формы опроса
5.	6 сем.	Подготовка к практическим занятиям	6 час.	Работа на практических занятиях
6.	6 сем.	Подготовка мультимедийной презентации (домашнее задание)	6 час.	Защита мультимедийной презентации
7.	6 сем.	Подготовка письменной работы (реферат/доклад/эссе)	6 час.	Защита реферата /доклада / эссе
8.	6 сем.	Подготовка к экзамену	9 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. Добреньков, В. И. Управление человеческими ресурсами / В. И. Добреньков, 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

2018

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-5 способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	Знает	суть процессов самостоятельного приобретения и использования, в том числе с помощью информационных технологий, новых знаний и умений, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности
	Умеет	самостоятельно приобретать и использовать, в том числе с помощью информационных технологий, новые знания и умения, непосредственно не связанные со сферой профессиональной деятельности
	Владеет	способами самостоятельного приобретения и использования, в том числе с помощью информационных технологий, новых знаний и умения, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности
ОК-6 способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях	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 – способностью организовывать и проводить социологические исследования	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

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования	компетенции	критерии	показатели
ОК-5 способностью использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности	знает (пороговый уровень)	суть процессов самостоятельного приобретения и использования, в том числе с помощью информационных технологий, новых знаний и умений, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности	Способен самостоятельно приобретения и использования, в том числе с помощью информационных технологий, новых знаний и умения, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности	Свободно владеет способами самостоятельного приобретения и использования, в том числе с помощью информационных технологий, новых знаний и умения, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности
	умеет (продвинутый уровень)	самостоятельно приобретать и использовать, в том числе с помощью информационных технологий, новые знания и умения, непосредственно не связанные со сферой	Умение самостоятельно приобретать и использовать, в том числе с помощью информационных технологий, новые знания и умения, непосредственно не связанные со	Умеет самостоятельно приобретать и использовать, в том числе с помощью информационных технологий, новые знания и умения, непосредственно не связанные со сферой профессиональной

		профессиональн ой деятельности	сферой профессиональн ой деятельности	деятельности
	владеет (высокий)	способами самостоятельног о приобретения и использования, в том числе с помощью информационны х технологий, новых знаний и умения, непосредственно не связанных со сферой профессиональн ой деятельности	владение процессами самостоятельног о приобретения и использования, в том числе с помощью информационны х технологий, новых знаний и умений, непосредственно не связанных со сферой профессиональн ой деятельности	Показывает хо хорошие знания процессов самостоятельного приобретения и использования, в том числе с помощью информационных технологий, новых знаний и умений, непосредственно не связанных со сферой профессиональной деятельности
ОК-6 способностью понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях	знает (пороговый уровень)	- имеет представление о специфике делового общения в парадигме социальной психологи; особенности межкультурной коммуникации в деловом общении; основные механизмы воздействия в процессе общения	знание определений и основных понятий предметной области исследования	- знание понятий: толератность, интолирантность, кросс-культурная эрудиция и информированност ь; - нормы, ценности, правила поведения в разных культурах; - особенности феномена межкультурной коммуникации, барьеры коммуникации; - особенности невербальной семиотики в деловой и межкультурной коммуникации
	умеет (продвинут ый уровень)	умение владеть культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей	умение проводить анализ способствующих принятию решения факторов и нести ответственность за принятые	- способность обобщать полученные знания, самостоятельно осваивать и применять изученные методы исследований; - способность

		ее достижения	решения, анализировать и находить новые возможности, соизмерять возможные риски и действовать в ситуациях	ставить новые цели и решать практические задачи - способность охарактеризовать специфику социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий
	владеет (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
ОПК-5 – умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	знает (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
	умеет (продвинуто)	применять основные формы	умение выбирать и использовать	способность работать в

	ый уровень)	делового общения в практике межличностного межкультурного и профессиональн ого взаимодействия; грамотно подготовиться к созданию эффективных переговоров, публичного выступления, беседы и иных форм делового общения с опорой на нормативные правовые документы	методы социальной психологии и делового общения, проводить анализ возникающих в процессе научного исследования мировоззренческ их проблем навыками, обобщать полученные знания и результаты исследований с учетом процессов глобализации	коллективе, использовать нормативные правовые документы для принятия организационных решений, проводить оценку эффективности и анализ возможных последствий принятых решений
	владеет (высокий)	навыками анализа конкретных профессиональн ых ситуаций, возникающих в практике межкультурных и деловых коммуникаций специалиста по рекламе и связям с общественность ю	навыками определения коммуникативно й 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	способность применения полученных знаний и умений в профессиональной деятельности и повседневной жизни с целью развития полноценных партнерских отношений между членами рабочей группы

			переговорного процесса	
ПК-11 способность организовывать и проводить социологические исследования	знает (пороговый уровень)	структуру аналитической справки, отчета, обзора и прогноза	теоретические основы и структуру написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в практике межкультурных и деловых коммуникаций	основные требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов
	умеет (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
	владеет (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

Оценочные средства для текущей аттестации

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-бальной 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 (хорошо)	баллов	86-100 (отлично)	баллов
	Содержание критериев					

Раскрытие проблемы	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.
Представление	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.
Оформление	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.
Ответы на вопросы	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. Стиль 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.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Межкультурные и деловые коммуникации в
рекламе и связях с общественностью»**

86-100	<i>«отлично»</i>	Ответ на экзаменационные вопросы показывает 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.
74-85	<i>«хорошо»</i>	Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает 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.
61-73	<i>«удовлетворительно»</i>	Ответ на экзаменационные вопросы свидетельствует о наличии некоторых знаний 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.
0- 60	<i>«не удовлетворительно»</i>	Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности.