



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 образовательной  
программы

(подпись)

**Р.А. Захаркин**  
(И.О. Фамилия)

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор департамента  
коммуникаций и медиа

(подпись)

**И.П. Куманева**  
(И.О. Фамилия)

«09» января 2023г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

*Деловая переписка и нетикет*

*Направление подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью*

*Программа магистратуры «Реклама и связи с общественностью»*

*Форма подготовки очная*

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями  
Федерального государственного образовательного стандарта  
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи  
с общественностью, утвержденного приказом Министерства  
образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Директор департамента коммуникаций и медиа канд. ист.  
наук, Куманева И.П.

Составитель: к. полит. н., ст. преподаватель Попиль В.А.

Владивосток  
2023

Оборотная сторона титульного листа РПД

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_

2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_

3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_

4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_

5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. № \_\_\_\_\_

## I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

**Цель курса** «Деловая переписка и нетикет в рекламе и связях с общественностью» – обучение студентов этическим основам, формам и сферам деловой коммуникации в сети Интернет с деловыми партнерами в рамках делового протокола, этических норм, требований этикета.

**Задачи** дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. сформировать у магистрантов знания коммуникационных процессов в политической, экономической, социальной, культурной сферах, в том числе с представителями разных культур;

2. сформировать у магистрантов практико-ориентированные знания, направленные на реализацию деловой письменной коммуникации в сети Интернет посредством электронной почты (e-mail) и социальных сетей.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции (элементы компетенций):

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп при производстве рекламного и PR продукта
		УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и паблик рилейшнз

Код наименования индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результат обучения по дисциплине)
--	---

УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп при производстве рекламного и PR продукта	Знает особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе межкультурного взаимодействия с ними, опираясь на знания причин проявления социальных обычаев и различий в поведении людей
УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных релейшнз	Знает особенности письменной коммуникации с деловыми партнерами, в том числе на международном уровне. Владеет навыками создания недискриминационной среды взаимодействия в ходе деловой переписки, в том числе при выполнении профессиональных задач

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса.
		ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов

Код наименования индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результат обучения по дисциплине)
ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса.	Умеет применять социокультурный анализ, определяет цели, задачи и принципы деловой письменной коммуникации, адекватные тому или иному социокультурному контексту.
ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	Знает релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке. Владеет навыками презентации собственных проектов с использованием достижений отечественной и мировой культуры партнерам и заказчикам в письменной форме.

Для формирования компетенций в рамках дисциплины «Деловая переписка и нетикет в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные

технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах.

## **II. ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц (108 академ. час.).

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине являются:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения

## **III. Структура дисциплины:**

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль	
1	Деловая переписка с клиентами и партнерами по электронной почте (e-mail)	3			8			20	УК-5.2, УК-5.3, ОПК-3.2
2	Особенности коммуникации с клиентами и партнерами в социальных сетях	3			8			20	УК-5.2, УК-5.3, ОПК-3.2
3	Этика ведения личного и корпоративного аккаунта	3			6			20	УК-5.3, ОПК-3.1
4	Особенности коммуникации с клиентами и партнерами в мессенджерах	3			6			20	УК-5.2, УК-5.3, ОПК-3.2
	Итого:	3			28			80	зачет

## **IV. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

лекционные занятия по дисциплине не предусмотрены

## **V. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**Практические занятия (28 часов, в том числе 12 часов использованием**

## интерактивных методов обучения)

### Раздел 1. Деловая переписка с клиентами и партнерами по электронной почте (e-mail) (8 час.)

#### Практическое занятие № 1. «Этика деловой переписки по e-mail: кейс-стади» (4 час.)

Занятие проводится с использованием метода активного обучения «работа в малых группах».

В начале занятия малой группе студентов (2-3 человека) выдается кейс, содержащий элементы деловой переписки по электронной почте: письмо и ответ на него. Каждой малой группе необходимо найти этические ошибки в письме и ответе на него, заполнить таблицу, предоставленную преподавателем:

Структурные элементы письма	Этические ошибки
Тема письма	
Приветствие	
Вводный абзац	
Передача сути письма	
Заключительная часть	
Подпись автора	
Приветствие в ответе	
Вводный абзац ответа	
Передача сути ответа	
Заключительная часть ответа	
Подпись отвечающего	
Другие этические ошибки	

Преподаватель контролирует ход решения задач, отвечает на возникающие вопросы, обобщает рассмотренный материал и выявленные студентами ошибки, помогает в поиске дополнительных ошибок, объясняет их суть.

#### Практическое занятие № 2. «Собственные примеры переписки по электронной почте» (2 час.)

На практическое занятие студенты приносят примеры из деловой переписки, в которой они были либо отправителями и получили ответ, либо адресатами и ответили на полученную информацию. Анализ ошибок происходит по алгоритму Практического занятия 1.

#### Практическое занятие № 3. «Пишите письма» (2 час.)

Занятие проводится с использованием метода активного обучения «деловая игра».

В начале занятия каждый студент на бумажке пишет адрес своей

электронной почты (...@dvfu.ru) с указанием ФИО. Преподаватель собирает адреса и предлагает студентами вытянуть из пакета один адрес, на который необходимо отправить деловое письмо с просьбой, написанное по всем обсужденным ранее правилам.

Студентам дается одинаковое время на подготовку письма, после чего происходит отправка писем по адресам. Задача адресата – прочитать полученное письмо и ответить на него корректно, согласившись или отказав просителю. После отправки ответов происходит групповая дискуссия, в ходе которой студенты производят поиск этически верных и неверных элементов переписки.

## **Раздел 2. Особенности коммуникации с клиентами и партнерами в социальных сетях (8 час.)**

### **Практическое занятие № 4. «Этика коммуникации онлайн и оффлайн» (2 час.)**

Проанализировав теоретический материал, студенты заполняют таблицу, в которой предполагают, с какими личностями и организациями этически правильно вести коммуникацию в разных локациях (нужно поставить + и -).

Адресат	e-mail	сайт	соцсеть	мессенджер	телефонный звонок	личное обращение
Губернатор субъекта Федерации						
Мэр города						
Ректор университета						
Доцент департамента						
Администратор салона красоты						
Администратор поликлиники						
Менеджер рекламного агентства						
Ведущие на местном радио						

Проверка выполненной работы и дискуссия производится во время практического занятия, преподаватель комментирует решения студентов.

### **Практическое занятие № 5. «Анализ аккаунтов организаций одной сферы в социальных сетях» (4 час.)**

Занятие проводится с использованием метода активного обучения

### **«работа в малых группах».**

Каждой малой группе студентов (2-3 человека) предлагается произвести поиск аккаунтов 5 организаций определенной сферы в социальных сетях. Обратить внимание на: наличие аккаунта, схожести в оформлении, возможности написать в организацию, возможности оставить комментарии под постами, провести анализ уже существующих комментариев под постами, посчитать реакции. Также необходимо написать письмо через соцсеть в каждую из 5 организаций выбранной сферы. Тему письма студенты выбирают самостоятельно.

Возможные сферы: салоны красоты, зоомагазины, тренажерные залы, музеи, похоронные компании, рекламные агентства и т.д.

### **Практическое занятие №6. «Обращение через соцсети» (2 час.)**

Занятие проводится с использованием метода активного обучения «работа в малых группах».

Предположительно между ПЗ №5 и №6 проходит одна неделя, в ходе которой студенты должны мониторить ответы 5 организаций на отправленные письма. На ПЗ №6 происходит обсуждение полученных ответов, поиск этически верных и неверных моментов.

## **Раздел 3. Этика ведения личного и корпоративного аккаунта (6 час.)**

### **Практическое занятие №7. «Аудит личного аккаунта» (2 час.)**

Студентам необходимо провести аудит аккаунта выбранной вами знаменитости в одной из социальных сетей по 5 пунктам:

1. есть ли фото и тексты с алкоголем и запрещенными веществами
2. есть ли примеры непрофессионального - неэтичного отношения к коллегам («еще один день в этом дурдоме»)
3. есть ли примеры негативного отношения к своей ЦА
4. есть ли примеры общения в непрофессиональном стиле (хамство)
5. есть ли резкие высказывания на тему политики, религии, расовости, ориентации и т.д.

Далее студенты составляют список рекомендаций для рассмотренного личного аккаунта.

### **Практическое занятие №8. «Правила ведения корпоративного аккаунта» (2 час.)**

Обсуждение вопросов:

1. Комьюнити-маркетинг: понятие, цели, функции.
2. Ведение корпоративных соцсетей: особенности и правила



3. Формирование образа достойного работодателя через корпоративные соцсети
4. Роль инструмента «Истории» в продвижении организации
5. Значение и возможности корпоративного аватара аккаунта в социальной сети
6. Проблема поиска тем для постов в бизнес-аккаунтах

#### **Практическое занятие №9. «Анализ корпоративного аккаунта» (2 час).**

Студентам необходимо провести анализ одного корпоративного аккаунта из ПЗ №5.

Примерный алгоритм анализа (может быть скорректирован каждым студентом):

1. Четко ли и сразу ли определяется компания и ее продукты?
2. Легко ли найти контакты?
3. Четко ли определяется ЦА?
4. Регулярно ли происходят обновления?
5. Что представлено в ленте?
6. «Живые» фото или постановочные?
7. Свои фото или заимствованные?
8. Есть ли видео-контент? Какой?
9. Есть ли истории? Какие?
10. Можно ли что-то купить через переписку?
11. Есть ли кнопки для заказов?

#### **Раздел 4. Особенности коммуникации с клиентами и партнерами в мессенджерах (6 час.)**

**Практическое занятие №10. «Срочность коммуникации побеждает этические принципы» (2 час).**

Работа на занятии методом «от противного».

Студентам необходимо прочитать статью «Мессенджеры в деловой коммуникации»:

[https://online-edu.ranepa.ru/pluginfile.php/31042/mod\\_resource/content/7/2020-09\\_VCM\\_18-text.pdf](https://online-edu.ranepa.ru/pluginfile.php/31042/mod_resource/content/7/2020-09_VCM_18-text.pdf)

После прочтения группа делится на две подгруппы, одна из которых – подбирает аргументы за каждый этический пункт, а вторая – против, аргументировав необходимость срочной коммуникации.

**Практическое занятие №11.** «Мои собеседники в мессенджерах: кейс-стади» (2 час).

Студенты проводят анализ коммуникации со своими собеседниками в используемых мессенджерах, ищут этические ошибки, пытаются их аргументировать (найти причину этих ошибок).

*Например: Между приветственным сообщением и изложением сути дела прошло 5 минут – Наверное, мой собеседник ждал моего ответа на приветствие, чтобы продолжить диалог.*

**Практическое занятие №12.** «Правила коммуникации в группе мессенджеров» (2 час).

Студентам необходимо сформулировать свод правил коммуникации в академической группе выбранного мессенджера. На практическом занятии проходит обсуждение каждого правила, высказываются аргументы «за» и «против».

## VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Раздел 1. Деловая переписка с клиентами и партнерами по электронной почте (e-mail)	УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп при производстве	Знает этические правила деловой переписки с клиентами и партнерами по электронной почте с учетом особенностей деловой и общей культуры	УО-1	Вопросы к зачету 1-5
Умеет применять правила деловой переписки с клиентами и партнерами по электронной почте			ПР-10, ПР-11		

		рекламного и PR продукта	Владеет навыками деловой переписки с клиентами и партнерами электронной почте, учитывает в письменной коммуникации по электронной почте особенности деловой и общей культуры		
		УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных отношений	Знает этические правила и нормы письменной коммуникации с заказчиками и партнерами	УО-1	
Умеет обеспечить создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия в процессе переписки по электронной почте			ПР-10, ПР-11		
Владеет навыками деловой письменной коммуникации по электронной почте с учетом создания недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия					
		ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при	Знает основные достижения отечественной и мировой культуры и корректно формулирует их в ходе деловой	УО-1	

		подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	переписки по электронной почте		
			Умеет логично вставлять в деловую переписку с клиентами и партнерами по электронной почте информацию о достижениях отечественной и мировой культуры	ПК-10, ПК-11	
			Владеет навыками формулирования запросов и предложений партнерам и клиентам по электронной почте с применением информации о достижениях отечественной и мировой культуры		
Раздел 2. Особенности коммуникации с клиентами и партнерами в социальных сетях	УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп при производстве		Знает этические правила деловой переписки с клиентами и партнерами в социальных сетях с учетом особенностей деловой и общей культуры	УО-4	Вопросы к зачету 6-10
			Умеет применять правила деловой переписки с клиентами и партнерами в социальных сетях	ПР-10	

		рекламного и PR продукта	Владеет навыками деловой переписки с клиентами и партнерами в социальных сетях, учитывает в письменной коммуникации по электронной почте особенности деловой и общей культуры		
		УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных отношений	Знает этические правила и нормы письменной коммуникации с заказчиками и партнерами в социальных сетях	УО-4	
	Умеет обеспечить создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия в процессе переписки в соцсетях		ПР-10		
	Владеет навыками деловой письменной коммуникации в соцсетях с учетом создания недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия				
		ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с	Знает основные достижения отечественной и мировой культуры и корректно формулирует их в ходе деловой переписки в соцсетях	УО-4	

		<p>общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Умеет логично вставлять в деловую переписку с клиентами и партнерами в соцсетях информацию о достижениях отечественной и мировой культуры</p>	<p>ПР-10</p>	
			<p>Владеет навыками формулирования запросов и предложений партнерам и клиентам в соцсетях с применением информации о достижениях отечественной и мировой культуры</p>		
	<p>Раздел 3. Этика ведения личного и корпоративного аккаунта</p>	<p>УО-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных отношений</p>	<p>Знает этические правила и нормы ведения личного и корпоративного аккаунта с социальной сети с учетом межкультурного взаимодействия</p>	<p>УО-1</p>	<p>Вопросы к зачету 11-15</p>
			<p>Умеет применять на практике знания об этических правилах и нормам ведения личного и корпоративного аккаунта с социальной сети с учетом межкультурного взаимодействия</p>	<p>ПР-10, ПР-11</p>	
			<p>Владеет навыками создания и ведения личного и корпоративного аккаунта с учетом</p>		

			обеспечения недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия		
		ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса.	Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса применительно к формированию и ведению аккаунта в социальных сетях	УО-1	
			Умеет использовать теоретические и практические знания в области развития отечественного и мирового культурного процесса для создания и ведения аккаунта в социальных сетях	ПР-10, ПР-11	
			Владеет навыками использования тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса в процессе ведения личного и корпоративного аккаунта в социальных сетях		
	Раздел 4. Особенности коммуникации с клиентами и партнерами в мессенджерах	УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие	Знает этические правила деловой переписки с клиентами и партнерами в мессенджерах с	УО-4	Вопросы к зачету 16-20

		е с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп при производстве рекламного и PR продукта	учетом особенностей деловой и общей культуры	ПР-10, ПР-11
			Умеет применять правила деловой переписки с клиентами и партнерами в мессенджерах	
			Владеет навыками деловой переписки с клиентами и партнерами в мессенджерах, учитывает в письменной коммуникации по электронной почте особенности деловой и общей культуры	
		УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области рекламы и публичных отношений	Знает этические правила и нормы письменной коммуникации с заказчиками и партнерами в мессенджерах	УО-4
			Умеет обеспечить создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия в процессе переписки в мессенджерах	ПР-10, ПР-11
			Владеет навыками деловой письменной коммуникации в мессенджерах с учетом создания недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия	
ОПК-3.2 Анализирует	Знает основные достижения	УО-4		



		и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	отечественной и мировой культуры и корректно формулирует их в ходе деловой переписки в мессенджерах		
			Умеет логично вставлять в деловую переписку с клиентами и партнерами в мессенджерах информацию о достижениях отечественной и мировой культуры	ПР-10, ПР-11	
			Владеет навыками формулирования запросов и предложений партнерам и клиентам в мессенджерах с применением информации о достижениях отечественной и мировой культуры		

УО-1 – собеседование

УО-4 - круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты

ПР-10 - деловая и/или ролевая игра

ПР-11 – кейс-задача

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

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Деловая переписка и нетикет в рекламе и связях с общественностью» 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 обучающихся и

методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

### **План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине**

<b>Примерная дата проведения</b>	<b>Наименование контрольного мероприятия</b>	<b>Форма контроля</b>	<b>Нормы времени на выполнение</b>
1-18 недели	Работа с рекомендуемой преподавателем литературой	Опрос студентов по прочитанному материалу, обсуждение статей на практических занятиях	30 часов
3-18 недели	Поиск и анализ собственных кейсов деловой переписки	Обсуждение правил и ошибок на практических занятиях	50 часов
Итого			80 часов

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа состоит из следующих компонентов:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме практического

занятия: выполнение домашних заданий.

2. Подготовка докладов по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).

3. Выполнение практических заданий: проведение анализа, составление и заполнение таблиц.

### **Материалы для организации самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов состоит из подготовки к практическим занятиям, работы над рекомендованной литературой, подготовки докладов, решения творческих задач.

При организации самостоятельной работы преподаватель должен учитывать уровень подготовки каждого студента и предвидеть трудности, которые могут возникнуть при выполнении самостоятельной работы. Преподаватель дает каждому студенту индивидуальные и дифференцированные задания. Некоторые из них могут осуществляться в группе (например, подготовка доклада по одной теме могут делать несколько студентов с разделением своих обязанностей – один готовит научно-теоретическую часть, а второй проводит анализ практики).

### **Методические рекомендации для подготовки презентаций к**

#### **докладам:**

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;
- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Презентация должна отражать тематику реализуемого проекта.

## **VIII. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Дзялошинский И.М. Коммуникация и коммуникативная культура : учебное пособие / Дзялошинский И.М.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 606 с. — ISBN 978-5-4497-1367-4. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115017.html>

2. Культура речи и деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. В. Химик [и др.] ; ответственные редакторы В. В. Химик, Л. Б. Волкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 308 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07792-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516845>

3. Чернышова, Л. И. Психология общения: этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 161 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10547-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517933>

### **Дополнительная литература**

*(печатные и электронные издания)*

1. Жернакова, М. Б. Деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07978-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516872>

2. Гузикова, М. О. Бытовая культура и этикет народов мира: межкультурная коммуникация : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 121 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10559-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517941>

3. Токтарова В.И. Цифровой сторителлинг : учебник / Токтарова В.И., Семенова Д.А.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 317 с. — ISBN 978-5-4497-1889-1. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126622.html>

4. Ульяновский А.В. Прагматические коммуникации: одержимые и эпатажные от Telegram до YouTube : учебное пособие / Ульяновский А.В.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 115 с. — ISBN 978-5-4497-1737-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122171.html>

### **Нормативно-правовые материалы**

1.О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 №38-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

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

1. Индустрия рекламы – теория и практика рекламной деятельности
2. информационно-справочный портал <http://adindustry.ru/>
3. Advertology.ru – наука о рекламе: информационно-справочный портал <http://www.advertology.ru/>
4. Маркетинг журнал 4p.ru <http://www.4p.ru/>
5. «Российский общеобразовательный портал»: <http://www.school.edu.ru/>

6. «Издание литературы в электронном виде»:  
<http://www.magister.msk.ru/library/library.htm>
7. Annual Review: <http://www.annualreviews.org/ebvc>
8. Scopus - мультидисциплинарная реферативная база данных:  
<http://www.scopus.com/>
9. Единая коллекция образовательных ресурсов: <http://school-collection.edu.ru/catalog/>
10. Информационные ресурсы Российской Библиотечной Ассоциации (РБА): <http://www.rba.ru/>
11. Каталог электронных ресурсов научной библиотеки ДВФУ:  
<http://www.dvfu.ru/web/library/elib>
12. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect:  
<http://www.sciencedirect.com/>.
13. Научная электронная библиотека (НЭБ): <http://www.elibrary.ru/>
14. Портал «Гуманитарное образование»  
<http://www.humanities.edu.ru/index.html>
15. Российская государственная библиотека (электронный каталог):  
<http://www.rsl.ru/>
16. Университетская информационная система Россия (УИС Россия):  
<http://uisrussia.msu.ru>
17. Электронная библиотечная система «Айбукс»: <http://ibooks.ru/>
18. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека»:  
[www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru).
19. Электронная библиотечная система издательства «Лань»:  
<http://e.lanbook.com/>
20. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда:  
<http://www.oxfordrussia.com>

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При

осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word), Open Office, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ресурсы следующих порталов:

- ЭБС ДВФУ: режим доступа из URL:  
<https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/>
- Электронная библиотечная система IPRBooks /  
<http://www.iprbookshop.ru>
- Электронная библиотечная система Znanium.com /  
<http://znanium.com/>
- Электронная библиотека «Консультант студента» /  
<http://www.studentlibrary.ru/>
- Электронная библиотека Юрайт / <https://www.biblio-online.ru/>

Наряду с этим, используется также доступ к системе «Антиплагиат» в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ, доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ, доступ к нормативным документам ДВФУ.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;

– использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

В ходе реализации целей и задач дисциплины обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов.

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

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекциях и практиках, выполнение аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ.

Освоение дисциплины «Деловая переписка и нетикет в рекламе и связях с общественностью» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Деловая переписка и нетикет в рекламе и связях с общественностью» является зачет. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения и дискуссии. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние



задания, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателей кафедры. Согласно календарному графику контрольных мероприятий текущей успеваемости, преподаватель на занятиях принимает у студента защиту перечисленных работ, проводит текущий и рейтинговый контроль.

Для изучения теоретического материала курса дисциплины рекомендуется использовать основную литературу. Для практических занятий рекомендуется использовать учебные пособия, отмеченные в заданиях для самостоятельной работы.

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

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

### **Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Аудитории корпуса F г. Владивосток, о.Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 612	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	

	<p>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 аудио-процессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48; беспроводные ЛВС для обучающихся обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS).</p> <p>Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty (25 шт.)</p>	
--	---	--

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.