

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»  
Документ подписан: 21.08.2024 15:42:31  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Уникальный программный ключ:  
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
Иванова Е.А.  
«03» июня 2024г.

**Рабочая программа дисциплины  
Организация бизнес-коммуникаций**

Направление 42.04.02 Журналистика  
магистерская программа 42.04.02.01 "Деловая журналистика и бизнес- коммуникации"

Для набора 2024 года

Квалификация  
магистр

**КАФЕДРА Журналистика****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	15 2/6			
Неделя	15 2/6		УП	РП
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	24	24	24	24
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 26.03.2024 протокол № 13.

Программу составил(и): к.соц.н., доц., Зуева Е.А.

Зав. кафедрой: д.филол.н., профессор Клемёнова Е.Н.

Методическим советом направления: д.ф.н., Професор, Куликова Э.Г.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 Целью изучения дисциплины является формирование у студентов системного представления о деловой коммуникации в журналистике как средстве сотрудничества, взаимодействия, достижения целей личностных и профессиональных; формирования представления о том, что культура деловой коммуникации содействует установлению конструктивных деловых связей, развитию лидерских и коммуникативных качеств журналиста; усвоению норм деловой этики и делового поведения, принятых в профессиональном журналистском сообществе.

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**УК-4:Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия**

**ПК-3:готов осуществлять планирование, координацию и оценивать эффективность деятельности подразделения**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации (соотнесено с индикатором УК-4.1); основные критерии оценивания эффективности предприятия (подразделения) по профессиональным индикаторам (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

**Уметь:**

применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения (соотнесено с индикатором УК -4.2); планировать деятельность предприятия (подразделения) на временную перспективу (соотнесено с индикатором ПК- 3.2)

**Владеть:**

методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств (соотнесено с индикатором УК-4.3); навыками распределения кадровых и финансовых ресурсов в соответствии с решаемыми задачами (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Кварт	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Теоретические аспекты бизнес-коммуникации</b>				
1.1	Деловая коммуникация, ее сущность и характеристики. Понятие коммуникации. Типы и виды коммуникаций. Специфика и основные задачи бизнес- коммуникации. Предметно-целевое содержание деловой коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия. Коммуникативная компетентность. Коммуникативные роли (модели поведения) в процессе делового общения. Коммуникативная культура в деловом общении. /Лек/	3	12	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5
1.2	Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы. Способы передачи и приема информации. Содержание коммуникационного процесса. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Условия эффективного речевого воздействия. Барьеры в коммуникациях: причины и условия возникновения, приемы устранения /Пр/	3	8	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5
1.3	Средства бизнес-коммуникации. Вербальные средства делового общения. Деловое общение как обмен информацией. Психотехника речи. Стили (мужской, женский) и виды слушания (пассивное, активное). Приемы активного слушания. Функции невербальных средств общения: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Роль невербальных средств в процессе общения, их классификация. /Ср/	3	21	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5
	<b>Раздел 2. Практические аспекты бизнес-коммуникации</b>				

2.1	Устные деловые коммуникации. Виды деловых коммуникаций. Деловая беседа: этапы, принципы и правила проведения. Особенности ведения деловой дискуссии. Деловая беседа по телефону: базовые правила телефонного общения. Подготовка, организация и проведение совещаний. Способы нейтрализации «блокирующих» ситуаций в ходе совещания. Публичное выступление: психологическая основа и языковые средства. Методика и техника организации публичного выступления. Проведение презентации. Искусство ведения деловых переговоров. Техники эффективной деловой коммуникации при контакте с бизнес-партнером (в том числе, в неблагоприятных ситуациях) Публичное выступление в системе бизнес-коммуникаций. Презентация: цели и виды. /Лек/	3	12	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5
2.2	Письменные бизнес-коммуникации. Специфика, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации. Внутренние и внешние письменные коммуникации. Внутренняя переписка: докладные, служебные, объяснительные записки и т.д.; характеристика. Внешняя переписка: характеристика, особенности текста, использование стандартных языковых формул (клише). Основные виды письменных сообщений. Основные проблемы письменной коммуникации. Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции. /Пр/	3	6	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5
<b>Раздел 3. Управление коммуникациями</b>					
3.1	Управление организационными коммуникациями Значение организационных коммуникаций в функционировании организации. Направления коммуникаций. Управление конфликтами. Сущность и специфика этики деловых отношений. Этика делового общения: этические нормы и принципы. Этические проблемы деловых отношений. Манипуляции в деловом общении, их характеристика. Правила нейтрализации манипуляций. Взаимное доверие как основа деловой этики. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений. /Пр/	3	10	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5
3.2	Межкультурная коммуникация Межкультурные различия в бизнес-коммуникации. Межкультурная дифференциация: когнитивные константы и культурологические модели. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры. Национальный этикет делового общения.  /Ср/	3	24	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5
3.3	Вопросы для самопроверки 1. Предметно-целевое содержание деловой коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия. 2. Типы и виды коммуникаций. 3. Коммуникативные роли (модели поведения) в процессе делового общения. 4. Коммуникативная культура в деловом общении. 5. Современные тенденции развития деловых коммуникаций. /Ср/	3	15	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5

3.4	/Экзамен/	3	36	УК-4 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.6 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.7 Л2.9 Л2.3 Л2.4 Л2.8 Л2.6 Л2.5
-----	-----------	---	----	-----------	---

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Лэйхифф Д. М., Пенроуз Д. М.	Бизнес-коммуникации	СПб.: Питер, 2001	98
Л1.2	Олешко Е. В., Лозовский Б. Н.	Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие	Москва: ФЛИНТА, 2017	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482239">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=482239</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Амиров, В. М., Олешко, В. Ф.	Деловая журналистика: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013	<a href="https://www.iprbookshop.ru/65923.html">https://www.iprbookshop.ru/65923.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Качкаева А. Г., Шомова С. А., Мирошниченко А. А., Лапина-Кратасюк Е. Г.	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Ворошилов В. В.	Журналистика: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по гуманитар. спец.	М.: КНОРУС, 2020	20
Л1.6	Немец, Г. Н.	Бизнес-коммуникации. Практикум. Тесты: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008	<a href="https://www.iprbookshop.ru/9774.html">https://www.iprbookshop.ru/9774.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Устюжанина, Д. А.	Интернет-журналистика: учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2019	<a href="https://www.iprbookshop.ru/100022.html">https://www.iprbookshop.ru/100022.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Крупенков, В. В., Мамедова, Н. А., Грачев, А. Н.	Государственные и бизнес-коммуникации: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2011	<a href="https://www.iprbookshop.ru/10650.html">https://www.iprbookshop.ru/10650.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Колесниченко, А. В.	Практическая журналистика: учебное пособие	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010	<a href="https://www.iprbookshop.ru/13304.html">https://www.iprbookshop.ru/13304.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Чернышова Л. И., Тюриков А. Г.	Деловые коммуникации: учеб.	М.: КНОРУС, 2019	15

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Семяникова, Г. В.	Учебно-методическое пособие по общественно-политической тематике (уровень В1-В2). Немецкий язык. Специальности «Лингвистика», «Филология», «Психология», «Журналистика»	Москва: Российский университет дружбы народов, 2017	<a href="https://www.iprbookshop.ru/91088.html">https://www.iprbookshop.ru/91088.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Юферева А. С.	Конвергентная журналистика: теория и практика: учебное пособие	Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=697644">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=697644</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Баранова Е. А.	Конвергентная журналистика: учеб. пособие для вузов	М.: Юрайт, 2023	20
Л2.7	Кузнецова, Е. В.	Деловые коммуникации: учебно-методическое пособие	Саратов: Вузовское образование, 2017	<a href="https://www.iprbookshop.ru/61079.html">https://www.iprbookshop.ru/61079.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Борисенко, В. П., Колношенко, В. И., Колношенко, О. В., Курганская, М. Я., Петрова, А. М., Царегородцев, Ю. Н.	Методы разработки управленческих решений. Речевые коммуникации в управлении. Деловые коммуникации. Выпуск 8: глоссарий	Москва: Московский гуманитарный университет, 2014	<a href="https://www.iprbookshop.ru/39688.html">https://www.iprbookshop.ru/39688.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Захарова, И. В.	Деловые коммуникации: практикум	Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019	<a href="https://www.iprbookshop.ru/86469.html">https://www.iprbookshop.ru/86469.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ИСС «КонсультантПлюс»
2. ИСС «Гарант» <a href="http://www.internet.garant.ru/">http://www.internet.garant.ru/</a>
3. База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <a href="https://yandex.ru/news/smi">https://yandex.ru/news/smi</a>
4. Ведомости – <a href="https://www.vedomosti.ru/">https://www.vedomosti.ru/</a>
5. ВЦИОМ – <a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a>
6. Журналист – <a href="https://jrnlst.ru/">https://jrnlst.ru/</a>
7. Международная федерация журналистов – <a href="https://www.ifj.org/">https://www.ifj.org/</a>
8. Международная федерация периодических СМИ – <a href="https://www.fipp.com/">https://www.fipp.com/</a>
9. Новая газета – <a href="https://novayagazeta.ru/">https://novayagazeta.ru/</a>
10. Профиль – <a href="https://profile.ru/">https://profile.ru/</a>
11. Российская газета – <a href="https://rg.ru/">https://rg.ru/</a>
12. ТАСС – <a href="https://tass.ru/">https://tass.ru/</a>
13. Фонд Общественное Мнение – <a href="https://fom.ru/">https://fom.ru/</a>
14. Центр журналистских технологий – <a href="http://www.cjt.nnov.ru/index.htm">http://www.cjt.nnov.ru/index.htm</a>
15. Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс. – <a href="http://www.e-disclosure.ru/">http://www.e-disclosure.ru/</a>
16. Эксперт – <a href="https://expert.ru/">https://expert.ru/</a>

### 5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

### 5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Помещения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения: столы, стулья; персональный компьютер / ноутбук (переносной); проектор, экран / интерактивная доска. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания*
<b>УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</b>			
<b>Знания:</b> современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации.	ведет лекционные конспекты, подготавливается к практическим занятиям и формам контроля, используя рекомендованную литературу.	содержательные и развернутые ответы на поставленные вопросы, знание лекционного материала.	ВЭ (вопросы 1-40); Д (темы 1-7);
<b>Умения:</b> применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения.	умеет применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения; ищет, анализирует, систематизирует необходимую информацию для подготовки доклада.	содержательность ответа; умение приводить примеры; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке доклада.	ВЭ (вопросы 1-41); Д (темы 1-7); ТЗ (вопросы 1-15)
<b>Владения:</b> методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств.	проводит конкретные примеры из современных медиапрактик, отстаивает собственную точку зрения при выполнении кейс-задач.	умение приводить примеры из медиапрактики; умение аргументировано отстаивать свою точку зрения.	ВЭ (вопросы 1-41); К-3 (задания 1-3); Э (темы 1-4)
<b>ПК-3: готов осуществлять планирование, координацию и оценивать эффективность деятельности подразделения</b>			
<b>Знание:</b> основные критерии оценивания эффективности предприятия (подразделения) по профессиональным индикаторам.	ведет лекционные конспекты, подготавливается к практическим занятиям и формам контроля, используя рекомендованную литературу.	содержательные и развернутые ответы на поставленные вопросы, знание лекционного материала.	ВЭ (вопросы 1-40)
<b>Умения:</b> планировать деятельность предприятия (подразделения) на	умеет применять на практике коммуникативные	содержательность ответа; умение приводить примеры; умение	ВЭ (вопросы 1-41); Д



временную перспективу.	технологии, методы и способы делового общения; ищет, анализирует, систематизирует необходимую информацию для подготовки доклада.	корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке доклада.	(темы 1-7); ТЗ (вопросы 1-15)
<b>Владения:</b> навыками распределения кадровых и финансовых ресурсов в соответствии с решаемыми задачами.	проводит конкретные примеры из современных медиапрактик, отстаивает собственную точку зрения при выполнении кейс-задач.	умение приводить примеры из медиапрактики; умение аргументировано отстаивать свою точку зрения на тему, проблему.	ВЭ (вопросы 1-41); К-З (задания 1-3); Э (темы 1-4)

\* ВЭ – вопросы к экзамену; ТЗ – тестовое задание; К-З – кейс-задача, Э – эссе, Д – доклады.

#### 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

### Вопросы к экзамену

по дисциплине *Организация бизнес-коммуникаций*

1. Коммуникация как основа деловых отношений.
2. Специфика и основные задачи деловой коммуникации.
3. Коммуникативные модели взаимодействия участников деловой коммуникации.
4. Способы передачи и приема информации.
5. Факторы эффективной коммуникации.
6. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
7. Обратная связь в деловой коммуникации, условия ее эффективности.
8. Использование эффектов восприятия в деловом общении.
9. Коммуникативные барьеры в деловом общении, причины и условия возникновения.
10. Приемы устранения коммуникативных барьеров.
11. Вербальные средства делового общения.
12. Стили и виды слушания в деловых коммуникациях.
13. Приемы активного слушания в деловом общении.
14. Роль невербальных средств в коммуникации, их классификация.
15. Проблема интерпретации невербальных средств в деловом общении.
16. Деловая беседа, этапы, принципы и правила проведения.
17. Правила и приемы эффективного телефонного общения.
18. Деловые переговоры: подготовка и проведение.
19. Формирование и совершенствование переговорного процесса.
20. Манипуляция, ее типы и признаки. Защита от манипуляций.
21. Организация и проведение делового совещания.
22. Способы нейтрализации блокирующих ситуаций в ходе совещания.
23. Презентация как форма деловой коммуникации.
24. Самопрезентация в деловых контактах.

25. Специфика, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации.
26. Внутренняя переписка: характеристика, особенности текста.
27. Внешняя переписка: характеристика, особенности текста, использование стандартных языковых формул (клише).
28. Основные требования к оформлению делового письма.
29. Основные виды официальных деловых писем.
30. Внутренние и внешние письменные коммуникации.
31. Психологическая основа и языковые средства публичного выступления.
32. Управление организационными коммуникациями.
33. Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции.
34. Этические основы деловых коммуникаций.
35. Публичное выступление в системе деловых коммуникаций: методика и техника организации.
36. Техники эффективной деловой коммуникации при контакте с деловым партнером.
37. Условия эффективного речевого воздействия.
38. Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе.
39. Межкультурные различия в деловой коммуникации.
40. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры.
41. Типовое практическое задание: создайте бизнес-модель внешней коммуникации для современного делового СМИ. Опишите данную модель с помощью следующих пунктов:
  - а. Типы и виды коммуникаций.
  - б. Коммуникативные роли (модели поведения) в процессе делового общения.
  - в. Коммуникативная культура в деловом общении.
  - г. Современные тенденции развития деловых коммуникаций.

**Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов – 100.**

100-84 балла (оценка «отлично») – ответы на вопросы верны; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение конкретных примеров из современной медиапрактики;

83-67 баллов (оценка «хорошо») – ответ на вопрос верный, но с отдельными погрешностями и ошибками, уверено исправленными после дополнительных вопросов; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение примеров из современной медиапрактики;

66-50 баллов (оценка «удовлетворительно») – ответ на вопрос частично верный, продемонстрирована некоторая неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы, студент не может привести примеров из современной медиапрактики;

49-0 баллов (оценка «неудовлетворительно») – ответ на вопрос не верен, продемонстрирована неуверенность и неточность ответа на дополнительные и наводящие вопросы.

**Темы докладов**

1. Формы бизнес коммуникаций. Этикет, основные понятия.
2. Бизнес-коммуникации в управлении персоналом.
3. Создание корпоративного имиджа в бизнес-коммуникациях.
4. Специфика культуры, стереотипов и коммуникации в бизнесе в России.
5. Виды и формы делового общения. Деловая беседа, приемы влияния на партнера.
6. Конфликтные ситуации в деловом общении и способы их разрешения.
7. Социально-психологический климат коллектива и его влияние на деловые отношения.

**Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов – 20.**

20-18 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора подкреплены содержательным анализом; допускается присутствия в тексте грамматических и стилистические ошибок (не более 2); соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; работа оформлена согласно правилам;

17-10 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора содержат элементы анализа; но в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (не более 5), при этом соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; наблюдаются проблемы с оформлением работы;

9-7 баллов - тема работы совпадает с предложенной преподавателем, но не до конца раскрыта, рассуждения автора поверхностны и не содержат элементов анализа; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 5), но соблюдены структура повествования и логика изложения мысли;

6-4 баллов - тема работы частично не совпадает с предложенной преподавателем, присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 10), нарушены структура повествования и логика изложения мысли;

3-1 балла - тема работы не совпадает с предложенной преподавателем; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 15), отсутствуют структура повествования и логика изложения мысли;

0 баллов - задание преподавателя не выполнено; в выполненном задании обнаруживаются следы плагиата.

### **Комплект тестовых заданий**

Модуль 1. Теоретические аспекты бизнес-коммуникации.

Вариант 1.

Задание 1. Дайте определение деловой коммуникации, определите ее сущность и характеристики.

Задание 2. В чем заключается специфика бизнес-коммуникации. Каковы ее основные задачи?

Задание 3. Дайте определение коммуникативной компетентности.

Задание 4. Назовите элементы и этапы деловой коммуникации.

Задание 5. Какие способы передачи и приема деловой информации вам известны?

Модуль 2. Практические аспекты бизнес-коммуникации.

Вариант 1.

Задание 1. Назовите известные вам барьеры в коммуникациях. Каковы их причины и условия возникновения? Какие приемы устранения коммуникационных барьеров вы знаете?

Задание 2. Назовите вербальные средства делового общения.

Задание 3. Назовите невербальные средства делового общения.

Задание 4. Назовите известные вам виды деловых коммуникаций.

Задание 5. Опишите методику и технику организации публичного выступления.

Модуль 3. Управление коммуникациями

Вариант 1.

Задание 1. Опишите техники эффективной деловой коммуникации при контакте с бизнес-партнером.

Задание 2. Назовите основные проблемы письменной коммуникации.

Задание 3. Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции.

Задание 4. Каково значение организационных коммуникаций в функционировании организации.

Задание 5. Манипуляции в деловом общении, их характеристика. Правила нейтрализации манипуляций.

### **Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов – 20.**

20-19 баллов выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.

18-14 баллов, если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.

13-10 баллов, если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов.

9-0 баллов, если студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, или если правильно выполнил менее половины работы.

### **Кейс-задача**

**Задания:**

1. Проанализируйте позиционирование одной из организаций Ростова-на-Дону в средствах массовой информации. В анализе представьте частотность, регулярность упоминания об организации. Опишите

жанры, в которых адресат получает медийную информацию об объекте освещения. Предложите рекомендации по улучшению или модификации позиционирования объекта.

2. Напишите рекламную статью для делового регионального еженедельника и оцените ее эффективность. Статья создается для реально существующего, а не вымышленного объекта продвижения (товара, услуги, бренда, организации). Текст обращения должен иметь самостоятельный характер, а не являться изменённой копией существующих рекламных материалов компании. Тематика и жанр статьи выбираются студентом самостоятельно.

3. Выберите PR-текст о любом российском медиахолдинге, отредактируйте текст, предложив 3 модификации текста с изменением стиля и жанра.

### **Критерии оценивания:**

#### **Максимальное количество баллов – 30.**

30-27 баллов – кейс–задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, студент(ы) приводит (подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему(ы) и причины ее (их) возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации;

26-18 баллов – кейс–задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) не приводит (не подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены;

17-9 баллов - кейс–задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения;

8-0 баллов – кейс–задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализ кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе.

### **Темы эссе**

1. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры.
2. Бизнес-коммуникация как важный вектор развития любой организации.
3. Деловая репутация и заинтересованность СМИ в ее освещении.
4. Лидеры мнений – кто они (с примерами конкретных известных имен).

### **Критерии оценивания:**

#### **Максимальное количество баллов – 30.**

30-25 баллов выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием обществоведческих терминов и понятий в контексте ответа; предоставлена аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт.

24-19 баллов выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта с корректным использованием обществоведческих терминов и понятий в контексте ответа (теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются); представлена аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт.

18-10 баллов выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта при формальном использовании обществоведческих терминов; представлена аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт без теоретического обоснования.

9-0 баллов выставляется студенту, если не представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы, проблема раскрыта на бытовом уровне; аргументация своего мнения слабо связана с раскрытием проблемы.

### **3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме экзамена.

*Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.*

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются общетеоретические вопросы бизнес-коммуникаций, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки анализа современных коммуникативных процессов в деловом обществе.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

### Методические указания по написанию и оформлению доклада.

Цель выполнения доклада – самостоятельное глубокое изучение выбранной темы и анализ некоторых вопросов по ней; получение навыков библиографического поиска информации, аналитической работы с литературой. Доклад – самостоятельное творческое исследование студента, оно должно быть целостным и завершенным. Автор должен продемонстрировать умение разбираться в проблеме, систематизировать знания, применять творческий подход на практике.

Доклад должен быть авторским, плагиат – недопустим. Цитаты и изречения других авторов, учебные и методические материалы должны иметь ссылки на первоисточники.

Доклад выполняется по одной из предложенных тем по выбору обучающегося. Также допустимы предложения тем самими студентами.

При написании работы необходимо использовать рекомендованную литературу.

Структура доклада должна содержать следующие обязательные разделы:

- титульный лист;
- план-содержание
- текст работы, включающий введение, теоретический раздел, практический раздел, заключение,
- библиографический список
- приложения

Рекомендованный объем доклада – 10-15 страниц.

Во введении автор обозначает актуальность темы, новизну исследования, определяет цель работы, формирует задачи, обозначает эмпирическую базу.

В основной части автор делает обзор теоретической информации по выбранной теме, излагает анализ проблемы, решает поставленные задачи, достигает цель работы.

В заключении подводятся итоги исследования, обещаются полученные результаты.

Список литературы должен состоять из учебных и практических пособий, учебников, монографических исследований, статей и научных журналов.

Приложения могут содержать как заимствованный материал, так и авторский.