

Программу составил(и):

кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна, Петракова Анна Сергеевна

Рецензент(ы):

кфилн, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ», Немец Георгий Николаевич; директор по маркетингу группы компаний «Р-класс», Луговой Андрей Александрович

Рабочая программа дисциплины

Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 17.04.2023 протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра рекламы и дизайна

Протокол от ____ 2023 г. № ____

Зав. кафедрой Слесарева Галина Валериевна

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	- формирование компетенций у обучающихся в области эффективного речевого общения, необходимых в профессиональной деятельности для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия,
1.2	- выработка теоретических знаний об основных понятиях языка и речевой деятельности, а также об основных типах и видах речевой коммуникации;
1.3	- формирование представлений у студентов о принципах устройства языка, функциях языковой системы; о соотношении понятий «язык», «речевая деятельность», «стиль», «речевая коммуникация»;
1.4	- изучение теоретических основ дисциплины, освоение категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий видов, уровней, форм речевой коммуникации, являющейся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста.
Задачи: - изучение особенностей речевого общения; - обучение приемам активного слушания и умению анализировать получаемые сведения, эффективно усваивать прочитанную информацию; - ознакомление с тактиками и уловками, используемыми в речевой коммуникации; - овладение приемами письменной речи, - изучение приемов успешной самопрезентации и эффективного общения. - формирование представления о принципах и правилах эффективной коммуникации; - формирование умений и навыков эффективного письменного и устного речевого общения в профессиональной деятельности для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Русский язык и культура речи
2.1.2	
2.1.3	Теория и практика медиакоммуникаций
2.1.4	Теория и практика рекламы
2.1.5	Теория и практика связей с общественностью
2.1.6	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.1.7	Иностранный язык
2.1.8	Политология
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Производственная практика: профессионально-творческая практика
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.3	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.4	Иностранный язык
2.2.5	Политология
2.2.6	Теория и практика медиакоммуникаций
2.2.7	Теория и практика рекламы
2.2.8	Теория и практика связей с общественностью
2.2.9	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
2.2.10	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения	
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-1.1: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	
Знать	
Уровень 1	отличительные особенности медиатекстов,
Уровень 2	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
Уровень 3	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Уметь	
Уровень 1	выявлять отличительные особенности медиатекстов,

Уровень 2	выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов
Уровень 3	выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Владеть	
Уровень 1	навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов,
Уровень 2	навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов
Уровень 3	навыками выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-1.2: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Знать	
Уровень 1	специфику текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
Уровень 3	специфику текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Уметь	
Уровень 1	выявлять специфику текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	применять в профессиональной деятельности нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
Уровень 3	применять специфику текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Владеть	
Уровень 1	навыками выявления специфики текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	навыками применения в профессиональной деятельности норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень 3	навыками применения в профессиональной деятельности специфики текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ПК-2: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-2.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Знать	
Уровень 1	особенности текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	особенности каналов коммуникации
Уровень 3	особенности текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
Уметь	
Уровень 1	применять в профессиональной деятельности особенности текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	определять особенности каналов коммуникации
Уровень 3	применять особенности текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
Владеть	
Уровень 1	навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью
Уровень 2	навыками определения особенностей каналов коммуникации
Уровень 3	навыками применения в профессиональной деятельности особенностей текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-2.2: Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
Знать	
Уровень 1	понятие информационных поводов
Уровень 2	специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень 3	специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью,

	специфику применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
Уметь	
Уровень 1	применять понятие информационных поводов
Уровень 2	применять специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень 3	учитывать в профессиональной деятельности специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
Владеть	
Уровень 1	навыками разработки информационных поводов
Уровень 2	навыками применения специфики информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень 3	навыками разработки информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-2.3: Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	
Знать	
Уровень 1	основы сценариев специальных событий
Уровень 2	основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
Уровень 3	основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Уметь	
Уровень 1	применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий
Уровень 2	применять в профессиональной деятельности основы сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
Уровень 3	применять в профессиональной деятельности основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
Владеть	
Уровень 1	навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий
Уровень 2	навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев мероприятий для рекламной или PR- кампании
Уровень 3	навыками применения в профессиональной деятельности основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании
ПК-2.4: Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Знать	
Уровень 1	понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
Уровень 2	инструменты взаимодействия с целевыми группами общественности
Уровень 3	инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Уметь	
Уровень 1	применять понятие миссии и философии организации, понятие целевых групп общественности
Уровень 2	применять инструменты взаимодействия с целевыми группами общественности
Уровень 3	применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Владеть	
Уровень 1	навыками применения понятия миссии и философии организации, понятия целевых групп общественности
Уровень 2	навыками применения инструментов взаимодействия с целевыми группами общественности
Уровень 3	навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ . подг.
	Раздел 1. Раздел 1. Основы теории речевого общения					

1.1	Тема 1. Основные понятия теории речевого общения и критерии его эффективности /Лек/	4	2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.2	Тема 2. Использование основных понятий теории речевого общения при создании медиатекстов, медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов /Пр/	4	4	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	2
1.3	Тема 2. Использование основных понятий теории речевого общения при создании медиатекстов, медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов /Ср/	4	6	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.4	Тема 3. Принципы эффективного речевого общения и коммуникативные качества хорошей речи /Лек/	4	2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.5	Тема 4. Использование принципов эффективного речевого общения при создании коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем /Пр/	4	4	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	2
1.6	Тема 4. Использование принципов эффективного речевого общения при создании коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем /Ср/	4	8	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.7	Тема 5. Особенности устной и письменной литературной речи. Речевой этикет /Лек/	4	2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.8	Тема 6. Особенности подготовки текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта /Пр/	4	4	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.9	Тема 6. Особенности подготовки текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта /Ср/	4	8	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.10	Тема 7. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью /Лек/	4	2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.11	Тема 7. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью /Пр/	4	4	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	2
1.12	Тема 7. Эффективное слушание в системе коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью /Ср/	4	6	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	

1.13	Тема 8. Алгоритм создания публичного выступления с учетом специфики сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании /Лек/	4	2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.14	Тема 9. Алгоритм разработки информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью /Пр/	4	4	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.15	Тема 9. Алгоритм разработки информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью /Ср/	4	8	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.16	Тема 10. Правила произнесения публичной речи. Роль невербальной коммуникации в общении /Лек/	4	2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.17	Тема 11. Специфика применения творческих решений в публичной коммуникации с учетом мирового и отечественного опыта /Пр/	4	4	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	2
1.18	Тема 11. Специфика применения творческих решений в публичной коммуникации с учетом мирового и отечественного опыта /Ср/	4	8	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.19	Тема 12. Правила убеждающей коммуникации и культуры спора /Лек/	4	2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.20	Тема 13. Использование правил убеждающей коммуникации и культуры спора при реализации коммуникаций в области рекламы и связей с общественностью /Пр/	4	4	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.21	Тема 13. Использование правил убеждающей коммуникации и культуры спора при реализации коммуникаций в области рекламы и связей с общественностью /Ср/	4	8	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.22	Тема 14. Особенности реализации различных форм деловой коммуникации при работе с целевыми группами общественности в оффлайн и онлайн среде. /Лек/	4	2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.23	Тема 15. Использование различных инструментов трансляции миссии и философии организации через различные формы деловой коммуникации /Пр/	4	4	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.24	Тема 15. Использование различных инструментов трансляции миссии и философии организации через различные формы деловой коммуникации /Ср/	4	7,8	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
	Раздел 2. Раздел 2. Промежуточная аттестация					

2.1	Контактная работа по аттестации /КА/	4	0,2	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ПК-2.1 ПК- 2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Л1.1Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
-----	--------------------------------------	---	-----	--	--

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Темы докладов и сообщений для подготовки к практическим занятиям и прохождения текущего контроля знаний по дисциплине

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Основные составляющие социальной коммуникации.
3. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
4. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
5. Классическая парадигма коммуникации.
6. Новая коммуникативная стратегия.
7. Что такое социальный коммуникативный акт?
8. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
9. Виды коммуникации.
10. Функции массовой коммуникации.
11. Средства коммуникации.
12. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
13. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
14. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
15. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.
16. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
17. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
18. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни.
19. Коммуникатор и социологические способы его освоения.
20. Границы коммуникативной сферы.
21. Распространение информации в реальной человеческой среде.
22. Коды в процессе общения.
23. Мотивированность действий коммуникантов.
24. Коммуникативные модели воздействия.

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Основные понятия теории речевого общения: речевое поведение, речевой акт, речевое событие, речевая ситуация, стратегия речевого общения, речевая тактика.
2. Виды речевого общения. Понятие культуры речевого общения.
3. Критерии эффективной речи. Принципы и постулаты эффективного речевого общения.
4. Деструктивные стратегии и тактики речевого общения.
5. Коммуникативные качества хорошей речи.
6. Специфика устной и письменной речи.
7. Особенности современного речевого этикета.
8. Система функциональных стилей русского литературного языка. Взаимодействие функциональных стилей.
9. Понятие речевого жанра. Классификации речевых жанров.
10. Официально-деловой стиль: экстралингвистические факторы, стилевые черты, языковые особенности, жанровая система.
11. Редактирование служебных документов: нормативная база, способы редакторской правки.
12. Принципы классификации деловых писем. Особенности языка и стиля административных и коммерческих писем.
13. Научный стиль: экстралингвистические факторы, стилевые черты, языковые особенности, жанровая система.
14. Аннотация к статье как речевой жанр: требования к написанию, наиболее типичные ошибки.
15. Тезисы как жанр научной речи: характеристика жанра, наиболее типичные ошибки.
16. Речевые ошибки (структурно-языковые, коммуникативно-прагматические, этико- речевые): причины появления и пути повышения уровня речевой культуры.
17. Этика и речевой этикет в общении.

18. Барьеры в общении и способы их преодоления.
19. Коммуникативные неудачи в общении, их причины.
20. Алгоритм создания публичного выступления: краткая характеристика.
21. Работа с источниками при написании текста публичного выступления.
22. Приемы украшения речи, критерии их удачного использования.
23. Техника запоминания речи. Тренировка памяти.
24. Правила произнесения публичной речи. Поведение оратора в аудитории.
25. Аргументация и ее структура.
26. Методы убеждения: характеристика, особенности использования.
27. Правила убеждающей коммуникации.
28. Спор и его жанровые разновидности.
29. Стратегии и тактики эффективного ведения спора.
30. Деловая беседа: определение понятия, разновидности, особенности под-готовки.
31. Технология проведения деловой беседы.
32. Невербальные средства общения, их роль в эффективной коммуникации.
33. Эффективные деловые переговоры: стратегия и тактики проведения.
34. Деструктивные переговорные тактики и способы их преодоления

5.2. Темы письменных работ

Тематика письменных контрольных работ по дисциплине

ВАРИАНТ 1

1. Гносеологический аспект социальной коммуникации: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
2. Коммуникативные революции.

ВАРИАНТ 2

1. Теория коммуникативной компетенции.
2. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.

ВАРИАНТ 3

1. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
2. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.

ВАРИАНТ 4

1. Аргументация в коммуникативном процессе.
2. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.

ВАРИАНТ 5

1. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.
2. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.

ВАРИАНТ 6

1. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.
2. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические.

ВАРИАНТ 7

1. Целевая аудитория и ключевые сообщения.
2. Личность в системе коммуникации.

ВАРИАНТ 8

1. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
2. Сущность и функции межличностной коммуникации.

ВАРИАНТ 9

1. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.
2. Аудитория как адресат коммуникации.

ВАРИАНТ 10

1. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.
2. Коммуникативное пространство и его виды.

5.3. Фонд оценочных средств

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

обучающихся по дисциплине «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы» разработаны на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Оценочные материалы включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования обучающихся, по результатам выполнения самостоятельных работ. Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины являются устные опросы и собеседования. Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в освоении дисциплины и диагностировать затруднения в освоении материала, а с другой – показать эффективность выбранных средств и методов обучения. Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела дисциплины: контролем освоения содержания тем являются коллоквиум, выполнение учебных индивидуальных и групповых, в том числе творческих, заданий в ходе практических занятий, мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный или письменный), презентация результатов проектной и исследовательской деятельности. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация направлена на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. Для комплексного планирования и осуществления всех форм учебной работы и контроля используется балльно-рейтинговая система (БРС). Все элементы учебного процесса (от посещения лекции до выполнения письменных заданий) соотносятся с определенным количеством баллов. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему. Форма текущего контроля знаний – работа обучающегося на практических занятиях. Форма промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины – зачет.

По дисциплине «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы» предусмотрен текущий контроль в виде тестирования, выполнения практических индивидуальных и групповых, в том числе творческих, заданий, итоговый контроль в виде зачета. Порядок проведения текущего контроля и итогового контроля по дисциплине (промежуточный контроль) строго соответствует «Положению о проведении контроля успеваемости студентов в НАН ЧОУ ВО Академии ИМСИТ». В перечень включаются вопросы из тем курса, позволяющие проверить и оценить теоретические знания студентов. Текущий контроль засчитывается на основе полноты раскрытия темы и выполнения представленных заданий. Для проведения зачета в устной, письменной или тестовой форме разрабатывается перечень вопросов, утверждаемых на кафедре.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Перечень форм и методов контроля освоения дисциплины:

- выполнение учебных индивидуальных и групповых, в том числе творческих, заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный и письменный);
- выполнение тестовых заданий;
- чтение текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации;
- письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.,
- презентация подготовленных докладов, сообщений, рефератов и проч.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гойхман О.Я., Надеина Т.М.	Речевая коммуникация: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=367821

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Гойхман О.Я.	Речевая коммуникация в системе коммуникативной подготовки специалистов	Москва: Филоматис, 2006, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=13278

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.2	Гойхман О.Я.	Речевая коммуникация в системе коммуникативной подготовки в вузе	Орел: Орловский Государственный Технический Университет (ОрелГТУ), 2009, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=13293
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Кошлякова М.О.	Речевая коммуникация. Вербализация коммуникативных составляющих: Учебно-методическая литература	Москва: ГОУВПО "Московский государственный университет сервиса", 2006, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=13283
Л3.2	Гончарова Л.М.	Речевая коммуникация: Учебно-методическая литература	Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2008, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=13284
6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы			
Э1	Российская государственная библиотека. - Режим доступа: http://www.rsl.ru		
Э2	Московский научный общественный фонд. - Режим доступа: http://www.mpst.org		
Э3	Национальная электронная библиотека. - Режим доступа: http://nel.nns.ru		
Э4	Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть. - Режим доступа: http://www.libweb.ru		
Э5	Научная электронная библиотека. - Режим доступа: http://www.elibrary.ru		
6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства			
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021		
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.3	Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер https://yandex.ru/legal/browser_agreement/		
6.3.1.4	Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.5	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00035750 от 13 декабря 2022г. (ООО Прима АйТи)		
6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем			
6.3.2.1	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии https://www.gost.ru/portal/gost/		
6.3.2.2	Кодекс – Профессиональные справочные системы https://kodeks.ru		

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
407	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	40 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
407	Помещение для проведения занятий лекционного типа	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	40 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
410а	Помещение для проведения		12 посадочных мест, преподавательское место

	занятий лекционного типа		
410а	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.		12 посадочных мест, преподавательское место

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных задач, проведение блиц-опросов, исследовательские работы и т.п.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 15 % аудиторных занятий (определяется ФГОС с учетом специфики ОПОП).

Лекционные занятия дополняются ПЗ и различными формами СРС с учебной и научной литературой. В процессе такой работы студенты приобретают навыки «глубокого чтения» - анализа и интерпретации текстов по методологии и методике дисциплины.

Учебный материал по дисциплине «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы» разделен на логически завершенные темы, после изучения, которых предусматривается аттестация в форме письменных практических и творческих работ, тестирования с использованием электронной информационно-образовательной среды Академии, контрольных работ.

Работы оцениваются в баллах, сумма которых дает рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их творческие возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем. Каждая тема учебной дисциплины включает обязательные виды работ – лекции, ПЗ, различные виды СРС (выполнение домашних заданий по решению задач, подготовка к лекциям и практическим занятиям).

Форма текущего контроля знаний – тестирование с использованием электронной информационно-образовательной среды Академии, работа студента на практическом занятии, опрос, подготовка докладов, сообщений, рефератов и иных исследовательских работ.

Форма промежуточных аттестаций – тестирование, ответы на вопросы по дисциплине в целом.

Итоговая форма контроля знаний по разделам – тестирование, опрос.

Методические указания по выполнению учебной работы размещены в электронной образовательной среде академии.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Роль преподавателя при этом заключается в планировании, организации и контроле самостоятельной работы студентов, в обучении их методам самостоятельного изучения теоретических вопросов.

При выполнении заданий для СРС студент должен руководствоваться требованием профилирования своей дисциплины в соответствии с образовательной программой. При выполнении заданий для СРС необходимо соблюдать следующие требования:

- отбор и изложение материала должны обеспечивать достижение целей, изложенных в программе, и понимание прикладного значения данной дисциплины для своей профессии;
- материал заданий должен быть осознаваем и служить средством выработки обобщенных умений;
- при выполнении заданий следует формулировать их содержание в контексте темы.

Основными видами самостоятельной работы являются: работа с печатными источниками информации (конспектом, книгой, документами), работа с компьютерными автоматизированными курсами обучения. При изучении дисциплины основную долю отводимого на самостоятельную работу времени занимает работа с конспектом лекций и другой печатной информацией.

Цель самостоятельной работы – содействие оптимальному усвоению студентами учебного материала, развитие их познавательной активности, готовности и потребности в самообразовании.

По итогам самостоятельной работы студенты должны:

- научиться проводить рефлексию;
- формулировать получаемые результаты;
- переопределять цели дальнейшей работы;

• корректировать и прогнозировать свой образовательный маршрут.

Контроль за самостоятельной работой студента осуществляется в различной форме в пределах темы по предложенному графику. Выбор темы, если она конкретно не указана, осуществляется индивидуально в консультационный день преподавателя, для чего преподаватель заранее знакомит студента с организацией практикума: программой, структурой курса, формами контроля, основной и дополнительной литературой, а также методами самоподготовки. Студент самостоятельно изучает необходимую литературу и детально рассматривает РПД «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламы», в которой представлена необходимая литература. Работы сдаются преподавателю для проверки согласно графику сдачи СРС. На занятиях или в консультационный день самостоятельно рассмотренные темы представляются в качестве краткого обзора темы и обсуждаются в аудитории, для чего преподаватель отводит специальное время в структуре практического занятия (5 – 7 мин). Преподаватель и студенты имеют возможность задать вопросы. После презентации темы преподаватель выставляет оценку согласно расчету баллов по рейтинговой системе оценивания. В рамках СРС выполняется и подготовка устных сообщений и докладов на практических занятиях. Студентам предлагается самостоятельно выбрать тему для сообщения из обозначенных поисковых систем и согласовать ее с преподавателем. Все вышеназванные задания выполняются в течение семестра и сдаются преподавателю для проверки по заранее оговоренному графику в консультационный день. Самостоятельная работа предусматривает обязательную работу с компьютером по графику. Устные формы контроля помогут оценить владение студентами жанрами научной речи (дискуссия, диспут, сообщение, доклад и др.), в которых раскрывается умение студентов передать нужную информацию, грамотно использовать языковые средства, а также ораторские приемы для контакта с аудиторией. Письменные работы позволяют оценить владение источниками, научным стилем изложения, для которого характерны: логичность, точность терминологии, обобщенность и отвлеченность, насыщенность фактической информацией.