ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор РГАИС
А.О. Аракелова
22 мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ПСИХОЛОГИЯ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ»

Направление подготовки: 40.04.01 «Юриспруденция»
Профиль: «Правовое регулирование интеллектуальной собственности», «Интеллектуальное право цифровых технологий», «Интеллектуальная собственность в системе международных отношений», «Судебная, прокурорская и адвокатская деятельность»

Направление подготовки: 38.04.01 «Экономика»
Профиль: «Экономика»

Направление подготовки: 38.04.02 «Менеджмент»
Профиль: «Менеджмент интеллектуальной собственности»

Квалификация (степень) выпускника – магистр
Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

Москва – РГАИС – 2025

Разработчики: доцент кафедры Общеобразовательных дисциплин Войтова Л.М. «Деловые коммуникации и психология публичных выступлений» // Рабочая программа учебной дисциплины предназначена для обучающихся по направлениям подготовки: 38.04.01 «Экономика», 38.04.02 «Менеджмент» и 40.04.01 «Юриспруденция» – М.: Российская государственная академия интеллектуальной собственности (РГАИС), кафедра «Общеобразовательных дисциплин».

© ФГБОУ ВО РГАИС, 2025

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Изучение дисциплины «Деловые коммуникации и психология публичных выступлений» направлено на усвоение основ деловых коммуникаций и формирование культуры делового общения, усвоение обучающимися теоретико-методологических основ данной дисциплины, понимания факторов, влияющих на деловое общение и условий повышения его эффективности, формирование умения построения деловых коммуникаций, аргументации выдвигаемых положений, анализа эффективности делового общения. Рабочая программа дисциплины «Деловые коммуникации и психология публичных выступлений» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлениям подготовки 38.04.01 «Экономика», 38.04.02 «Менеджмент» и 40.04.01 «Юриспруденция».

Целью дисциплины «Деловые коммуникации и психология публичных выступлений» является:

- овладение знаниями и компетенциями в сфере деловой коммуникации, необходимыми для формирования эффективных взаимоотношений в профессиональной деятельности;
- овладение навыками публичных выступлений и самопрезентации для повышения эффективности деловых коммуникаций.

Для достижения поставленных целей решаются следующие задачи:

- усвоить сущность деловых коммуникаций, основные понятия, нормы и принципы;
- усвоить виды деловой беседы, ее этапы и механизмы воздействия в процессе общения;
- выработать навыки ведения деловой беседы, в том числе деловых переговоров;
- развить навыки делового письма, ораторского искусства;
- усвоить нормы этики и правил, необходимые для ведения деловой беседы с коллегами, сотрудниками, клиентами в процессе деловых коммуникаций;

- усвоить требования делового этикета применительно к различным ситуациям в деловом общении;

- овладеть навыками публичного выступления, подготовки презентации и доклада;

- выработать навыки формирования эффективного делового имиджа;

- ознакомиться с межкультурными различиями и особенностями ведения переговоров в международной деловой практике.

Исходя из содержания материала, используются следующие формы занятий: лекции, семинары, практические занятия.

Для проверки знаний обучающихся осуществляется текущий контроль (устный опрос, подготовка письменных работ в виде рефератов, эссе, проектов, тестирование). Формой итогового контроля знаний обучающихся является зачет.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Деловые коммуникации и психология публичных выступлений» изучается по направлению подготовки 40.04.01 «Юриспруденция», 38.04.01 «Экономика», 38.04.02 «Менеджмент» в части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений и реализуется на первом году обучения (2 семестр).

Изучению данной дисциплины предшествуют «Методология научных исследований», «Профессиональный иностранный язык».

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ (АСТРОНОМИЧЕСКИХ) ЧАСОВ ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

40.04.01 «Юриспруденция»

Виды занятий	Объем дисциплины		
	Форма обучения		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Объем зачетных единиц	4	4	4
Общая трудоемкость в часах	144	144	144
Аудиторные занятия	34	34	16
Лекции	16	16	8
Практические занятия (семинары)	18	18	8
Самостоятельная работа	110	110	124
Контроль	-	-	4
Форма контроля	Зачет	Зачет	Зачет

38.04.02 «Менеджмент», 38.04.01 «Экономика»

Виды занятий	Объем дисциплины		
	Форма обучения		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Объем зачетных единиц	3	3	3
Общая трудоемкость в часах	108	108	108
Аудиторные занятия	34	34	16
Лекции	8	8	8
Практические занятия (семинары)	26	26	8
Самостоятельная работа	74	74	88
Контроль	-	-	4
Форма контроля	Зачет	Зачет	Зачет

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ КОМИПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Учебно-тематический план курса и распределение компетенций по темам занятий

Наименование темы	Формируемые компетенции (или их части)					
	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6
Понятие и виды деловой коммуникации	+	+	+	+		
Элементы и этапы коммуникационного процесса. Коммуникационные потоки в организации	+	+	+	+		
Деловая беседа как основная форма делового общения	+	+	+	+		
Публичное выступление: подготовка, требования к выступлению. Психологические особенности публичного вступления Требования к деловой презентации.	+	+	+	+	+	
Деловой имидж и персональный бренд: структура, элементы. Самопрезентация в деловом общении.	+	+	+	+	+	
Психологические аспекты переговорного процесса. Эмоциональный интеллект. Аргументация и контраргументация.	+	+	+	+		
Механизмы воздействия в процессе общения. Вербальные и невербальные коммуникационные каналы.	+	+	+	+		+
Обратная связь в деловом общении. Невербальные средства воздействия	+	+	+	+		
Специфика международных коммуникаций. Культурные коды и кросскультурная среда	+	+	+	+		
Деловые коммуникации в цифровой среде.	+	+	+	+	+	

3.2. Содержание разделов дисциплины (модуля) и контрольные вопросы для самостоятельной работы (самоконтроля) обучающихся

Тема 1. Понятие и виды деловой коммуникации

Деловая коммуникация. Формальные и неформальные коммуникации. Требования к деловому общению. Содержание и цели деловой коммуникации. Виды и формы делового общения. Коммуникативная сторона делового общения. Интерактивная сторона делового общения.

Структура и средства общения. Стили общения.

Контрольные вопросы:

1) Деловая среда и форматы взаимодействия.

2) Личные встречи и онлайн-коммуникации. В чем специфика каждой формы?

3) Каковы отличительные особенности формального общения от неформального

4) Какова структура деловой беседы?

5) Назовите виды делового общения.

6) Перечислите основные элементы коммуникационного процесса.

7) Активная и интерактивная сторона делового общения.

Тема 2. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Коммуникационные потоки в организации

Коммуникации в организации и их роль. Виды коммуникационных потоков: восходящие и нисходящие потоки, вертикальные и горизонтальные.

Этапы коммуникационного процесса. Элементы коммуникационного процесса. Помехи в коммуникационном процессе. Каналы передачи информации.

Контрольные вопросы:

1) Перечислите виды коммуникационных потоков в организации.

2) В чем отличие вертикальных и горизонтальных коммуникационных потоков?

3) Различия в восходящих и нисходящих вертикальных потоках.

4) Каковы функции коммуникационных потоков в организации?

5) Перечислите помехи в коммуникационном процессе в современной организации.

6) Обоснуйте последовательность этапов коммуникационного процесса и необходимость каждой стадии (этапа).

Тема 3. Деловая беседа как основная форма делового общения

Понятие и цели деловой беседы. Этапы деловой беседы. Формирование первого впечатления в деловой беседе. Ошибки социального восприятия при формировании первого впечатления. Начало беседы. Информирование партнеров. Аргументация выдвигаемых положений. Принятие решения. Завершение беседы.

Контрольные вопросы:

1) Вхождение в деловую беседу, представление.

2) Психология публичных выступлений.

3) Каковы типичные ошибки социального восприятия на этапе формирования первого впечатления?

4) Каковы психологические особенности на начальной стадии деловой беседы?

5) Особенности этапа аргументации в деловом общении.

6) Каковы методы начала деловой беседы («снятие напряженности», «метод зацепки», «метод прямого подхода»)?

7) Деловое общение за пределами кабинетов - базовые принципы и навыки неформальных бесед в деловом кругу.

8) Что такое деловое общение?

9) Какова структура деловой беседы?

10) Формы и виды делового общения.

11) Структура и последовательность ведения деловой беседы.

12) Роль первого впечатления при проведении деловой беседы.

Тема 4. Публичное выступление: подготовка, требования к выступлению. Психологические особенности публичного вступления. Требования к деловой презентации.

Формирование цели делового доклада. Подготовка к выступлению. Начало выступления. Культура речи делового человека. Приемы и методы завоевания внимания аудитории. Визуальный контакт. Проксемика. Использование базовых основ актерского мастерства в самопрезентации в публичных выступлениях.

Контрольные вопросы:

1) Каковы психологические особенности публичного выступления?

2) Какова структура слайдов деловой презентации?

3) Требования к оформлению деловой презентации. Перечислить.

4) Методы завоевания внимания аудитории.

5) Визуальный контакт и проксемические особенности публичного выступления. В чем заключаются?

6) Базовые риторические методы и приемы.

Тема 5. Деловой имидж и персональный бренд: структура, элементы. Самопрезентация в деловом общении.

Понятие и содержание делового имиджа. Имиджелогия. Структура делового имиджа. Формирование «личного бренда». Виды имиджа. Элементы персонального имиджа. Модели поведения: стратегические и этикетные. Критерии выбора модели поведения. Телесный имидж.

Контрольные вопросы:

1) Самостоятельно сформулируйте содержание понятия деловой имидж.

2) Особенности и приемы, методика техники речи при формировании делового имиджа.

3) Использование базовых основ актерского мастерства в самопрезентации и публичных выступлениях.

4) Понятие индивидуального стиля поведения.

5) Какова структура индивидуального делового имиджа?

6) В чем отличие стратегических от этикетных моделей поведения?

7) Основы делового стиля и этикета.

Тема 6. Психологические аспекты переговорного процесса. Эмоциональный интеллект. Аргументация и контраргументация.

Формирование цели и подготовка переговорного процесса. Создание благоприятного психологического климата во время переговоров. Выслушивание партнера как психологический прием. Техника и тактика аргументирования. Формирование переговорного процесса. Национальные стили ведения переговоров.

Контрольные вопросы:

1) Особенности переговоров как вида делового общения.

2) Приведите примеры техники аргументации.

3) Каковы этапы подготовки переговорного процесса?

4) В чем специфика проведения переговоров?

5) Каковы цели переговоров?

6) Что такое психологический климат?

7) Какие существуют национальные особенности в проведении переговоров?

8) Цифровая среда при проведении переговоров.

Тема 7. Механизмы воздействия в процессе общения. Вербальные и невербальные коммуникационные каналы.

Вербальные каналы передачи информации. Невербальные каналы коммуникационного процесса. Он-лайн и оффлайн коммуникации. Каналы передачи информации при дистанционной работе.

Контрольные вопросы:

1) Что такое публичный диалог?

2) Каковы навыки ведения сессии вопросов-ответов? Перечислите.

3) Назовите основы базового интервью.

4) Какие коммуникационные каналы задействованы при дистанционной работе?

5) В чем разница между он-лайн и оффлайн коммуникацией?

Тема 8. Обратная связь в деловом общении. Невербальные средства воздействия.

Обратная связь как элемент коммуникационного процесса. Функции обратной связи. Психологические особенности невербального общения и роль обратной связи в интерпретации невербальных каналов информации. Паралингвистика и экстралингвистика в онлайн-общении.

Контрольные вопросы:

1) Роль и значение обратной связи в эффективной коммуникации.

2) Какова специфика интерпретации невербальной коммуникации в цифровой среде?

3) Каковы функции обратной связи?

Тема 9. Специфика международных коммуникаций. Культурные коды и кросскультурная среда.

Психологическое обеспечение профессиональной управленческой деятельности в условиях международных коммуникаций. Ценности как структурообразующий фактор национальной культуры и менталитета. Элементы культурной среды и факторы кросскультурныой среды.

Контрольные вопросы:

1) Культурные различия, национальный менталитет и особенности ведения переговоров в разных странах.

2) Культурные коды, особенности международных коммуникаций.

3) Назовите особенности проведения деловой беседы в межкультурной среде.

4) Перечислите базовые элементы любой культурной среды.

Тема 10. Деловые коммуникации в цифровой среде.

Влияние цифровой среды на коммуникационный процесс. Специфика коммуникаций в цифровой среде. Каналы передачи информации в цифровой среде. Особенности обратной связи в онлайн. Виртуальные офисы и виртуальные компании.

Контрольные вопросы:

1) Безопасность данных, конфиденциальность при ведении деловых коммуникаций в цифровой среде.

2) Цифровые следы, портрет пользователя.

3) Социальные сети и их роль в деловом общении.

4) Навыки использования стандартных инструментов Power Point, возможностей MS Office.

5) Деловое письмо в цифровой среде - стандарты и шаблоны

3.3. Активные и интерактивные формы проведения занятий

В качестве активных форм проведения занятий по дисциплине предлагается две формы: лекция-беседа и консультационная работа преподавателя. Выбор интерактивной формы предоставляется непосредственно преподавателю.

Лекция-беседа предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Неоспоримым преимуществом лекции-беседы является возможность расширить круг мнений сторон, привлечь коллективные знания и опыт, что имеет большое значение в активизации мышления обучающихся. Вопросы преподаватель может адресовать как всей аудитории, так и кому-то конкретно. Они могут быть как простые, способные сосредоточить внимание на отдельных важнейших элементах темы, так и проблемные. Обучающиеся, продумывая ответ на заданный вопрос, получают возможность самостоятельно прийти к тем выводам и обобщениям, которые преподаватель должен был сообщить им в качестве новых знаний, либо понять глубину и важность обсуждаемой проблемы, что повышает интерес и степень восприятия материала.

Консультационная работа преподавателя предполагает два вида консультаций: групповые и индивидуальные. На групповой консультации преподаватель называет тему предстоящего семинарского занятия, вопросы и порядок их обсуждения; дает краткий обзор источников и раскрывает их значение для наиболее полного рассмотрения соответствующих теоретических проблем. При этом он обращает внимание на наиболее сложные вопросы, на которые нужно обратить более пристальное внимание при разборе темы, дает советы о путях их преодоления; рекомендует наиболее целесообразные способы организации самостоятельной работы. Проведение индивидуальных консультаций проводится преподавателем в специально отведенное время. В этом случае к нему за помощью могут обратиться как те, кто испытывает трудности в изучении данной темы, так и обучающиеся, которые хотели бы более глубоко разобраться в вопросах семинара.

Интерактивное обучение по дисциплине предполагает: регулярное обновление и использование электронных учебно-методических материалов; использование современных мультимедийных средств обучения; проведение аудиторных занятий в режиме реального времени посредством Интернета, когда обучающиеся и преподаватели имеют возможность не только слушать лекции, но и обсуждать ту или иную тематику, участвовать в прениях и т.д.

С целью качественной подготовки обучающихся по представленной дисциплине предполагается изучение дисциплины в следующих интерактивных формах: 1) работа в малых группах; 2) дискуссия.

Работа в малых группах – это одна из самых популярных стратегий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение,

разрешать возникающие разногласия). Все это часто бывает невозможно в большом коллективе. Работа в малой группе — неотъемлемая часть многих интерактивных методов, например таких, как мозаика, дебаты, общественные слушания, почти все виды имитаций и др.

При организации групповой работы, следует обращать внимание на следующие ее аспекты. Нужно убедиться, что обучающиеся обладают знаниями и умениями, необходимыми для выполнения группового задания. Нехватка знаний очень скоро даст о себе знать — обучающиеся не станут прилагать усилий для выполнения задания. Надо стараться сделать свои инструкции максимально четкими. Маловероятно, что группа сможет воспринять более одной или двух, даже очень четких, инструкций за один раз, поэтому надо записывать инструкции на доске и (или) карточках. Надо предоставлять группе достаточно времени на выполнение задания.

Дискуссия как метод интерактивного обучения успешно применяется в системе учебных заведений. Смысл данного метода состоит в обмене взглядами по конкретной проблеме. Это активный метод, позволяющий научиться отстаивать свое мнение и слушать других.

Обычно предполагается, что из мышления рождается ответ на высказывание оппонента в дискуссии, поэтому разномыслие и рождает дискуссию. Однако дело обстоит как раз наоборот: спор, дискуссия рождает мысль, активизирует мышление, а в учебной дискуссии к тому же обеспечивает сознательное усвоение учебного материала как продукта мыслительной его проработки.

Метод дискуссии используется в групповых формах занятий: на семинарах-дискуссиях, собеседованиях по обсуждению итогов выполнения заданий на практических и лабораторных занятиях, когда обучающимся нужно высказываться. На лекции дискуссия в полном смысле развернуться не может, но дискуссионный вопрос, вызвавший сразу несколько разных ответов из аудитории, не приведя к выбору окончательного, наиболее правильного из них, создает атмосферу коллективного размышления и готовности слушать преподавателя, отвечающего на этот дискуссионный вопрос.

Дискуссия на семинарском (практическом) занятии требует продуманности и основательной предварительной подготовки обучающихся. Нужны не только хорошие знания (без них дискуссия беспредметна), но также наличие у обучающихся умения выражать свои мысли, четко формулировать вопросы, приводить аргументы и т. д. Учебные дискуссии обогащают представления обучающихся по теме, упорядочивают и закрепляют знания.

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Методические рекомендации по самостоятельному изучению курса (дисциплины)

Самостоятельная работа обучающихся – это индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства преподавателя. Самостоятельная работа есть особо организованный вид учебной деятельности, проводимый с целью повышения эффективности подготовки обучающихся к последующим занятиям, формирования у них навыков самостоятельной отработки учебных заданий, а также овладения методикой организации своего самостоятельного труда в целом.

Являясь необходимым элементом дидактической связи различных методов обучения между собой, самостоятельная работа обучающихся призвана обеспечить более глубокое, творческое усвоение понятийного аппарата дисциплины «Деловые коммуникации и психология публичных выступлений», содержания основных нормативно-правовых актов и литературы по данному дисциплине.

В связи с тем, что на лекции и практических занятиях обучающимся заочной формы обучения по дисциплине «Деловые коммуникации и психология публичных выступлений» учебным планом определено недостаточно времени, поэтому обучающимся особое внимание следует обратить на самостоятельное изучение рекомендованной учебной литературы. В процессе изучения литературы необходимо составлять конспект. Конспект должен содержать краткое содержание источника, ход мыслей автора, важнейшие цифры, выводы.

Помощь обучающимся в изучении дисциплины «Деловые коммуникации и психология публичных выступлений» преподаватель оказывает не только путем чтения лекций и проведения практических занятий, но и в часы, отведённые преподавателям для консультаций.

Организация самостоятельной работы обучающихся должна строиться по системе поэтапного освоения материала. Метод поэтапного изучения включает в себя предварительную подготовку, непосредственное изучение теоретического содержания источника, обобщение полученных знаний.

Предварительная подготовка включает в себя уяснение цели изучения материала, оценку широты информационной базы анализируемого вопроса, выяснение его научной и практической актуальности. Изучение теоретического содержания заключается в выделении и уяснении ключевых понятий и положений, выявлении их взаимосвязи и систематизации. Обобщение полученных знаний подразумевает широкое осмысление теоретических положений через определение их места в общей структуре изучаемой дисциплины и их значимости для практической деятельности.

Методические рекомендации по работе с источниками права.

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебной деятельности, которая призвана, прежде всего, сформировать у них навыки работы с нормативно-правовыми актами.

При анализе нормативно-правовых актов обучающиеся должны обратить особое внимание на новую терминологию, без знания которой они не смогут усвоить содержание правовых документов, а в дальнейшем и ключевых положений изучаемой дисциплины в целом.

Как показывает опыт, незаменимую помощь обучающимся оказывают всевозможные юридические справочные издания, прежде всего, энциклопедического характера.

Изучение дисциплины нужно начинать со знакомства программы. Затем четко осмыслить структуру каждой темы, логику ее построения. Далее по списку литературы требуется подобрать относящиеся к конкретной теме нормативно-правовые акты, учебные материалы, дополнительные источники (книги, брошюры, журналы и др.).

Методические рекомендации по работе с литературой.

При самостоятельном изучении основной рекомендованной литературы обучающимся необходимо обратить главное внимание на узловые положения, излагаемые в изучаемом тексте.

Необходимо внимательно ознакомиться с содержанием соответствующего блока информации, структурировать его и выделить в нем центральное звено. Обычно это бывает ключевое определение или совокупность сущностных характеристик рассматриваемого объекта. Для того, чтобы убедиться, насколько глубоко усвоено содержание темы, в конце соответствующих глав и параграфов учебных пособий обычно дается перечень контрольных вопросов, на которые обучающегося должен уметь дать четкие и конкретные ответы.

Работа с дополнительной литературой предполагает умение обучающихся выделять в ней необходимый аспект изучаемой темы (то, что в данном труде относится непосредственно к изучаемой теме). Это важно в связи с тем, что к

дополнительной литературе может быть отнесен широкий спектр текстов (учебных, научных, художественных, публицистических и т.д.), в которых исследуемый вопрос рассматривается либо частично, либо с какой-то одной точки зрения, порой нетрадиционной.

В своей совокупности изучение таких подходов существенно обогащает научный кругозор обучающихся. В данном контексте следует учесть, что дополнительную литературу целесообразно прорабатывать, во-первых, на базе уже освоенной основной литературы, и, во-вторых, изучать комплексно, всесторонне, не абсолютизируя чью-либо субъективную точку зрения.

Обязательный элемент самостоятельной работы обучающихся с правовыми источниками и литературой – ведение необходимых записей. Основными общепринятыми формами записей являются конспект, выписки, тезисы, аннотации, резюме, план.

Конспект – это краткое письменное изложение содержания правового источника, статьи, доклада, лекции, включающее в сжатой форме основные положения и их обоснование.

Выписки – это краткие записи в форме цитат (дословное воспроизведение отрывков источника, произведения, статьи, содержащих существенные положения, мысли автора), либо лаконичное, близкое к тексту изложение основного содержания.

Тезисы – это сжатое изложение ключевых идей прочитанного источника или произведения.

Аннотации, резюме – это соответственно предельно краткое обобщающее изложение содержания текста, критическая оценка прочитанного документа или произведения.

В целях структурирования содержания изучаемой работы целесообразно составлять ее *план*, который должен раскрывать логику построения текста, а также способствовать лучшей ориентации обучающегося в содержании произведения.

Самостоятельная работа обучающихся будет эффективной и полезной в том случае, если она будет построена исходя из понимания обучающимися необходимости обеспечения максимально широкого охвата информационно-правовых источников, что вполне достижимо при научной организации учебного труда.

Методические рекомендации по работе над конспектом после лекции

После тщательного изучения и глубокого осмысления записей, сделанных на лекциях, а также указанных источников, целесообразно краткое конспектирование материала темы, выполнение рабочих иллюстративных схем.

По завершении усвоения содержания всех тем рационально сравнение их структуры и нахождение общих черт, логических связей между ними. Не лишним может стать изучение тех нормативно-правовых актов, которые проходят через всю дисциплину и тех, что регулируют общественные отношения, рассматриваемые лишь в отдельных темах.

Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана.

Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическим занятиям

Практические занятия проводятся для более полного освоения обучающимися основных вопросов дисциплины. Они являются одним из средств текущей аттестации уровня знаний и степени усвоения обучающимися учебного материала по мере его изучения.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

1й – организационный;

2й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе обучающийся планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Второй этап включает непосредственную подготовку обучающегося к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Изучение литературы состоит из двух вариантов:

Аннотирование литературы - перечисление основных вопросов, рассматриваемых автором в той или иной работе. При этом особое внимание уделяется вопросам, имеющим прямое отношение к изучаемой проблеме. Структура аннотации: автор, название работы (книги, статьи), ее выходные данные, основные идеи работы, их новизна, личностное отношение к ним.

Конспектирование литературы - краткое и точное изложение какой-то статьи, книги, выступления, речи и т. п. Перед конспектированием необходимо прочитать до конца главу, раздел, книгу, статью. Затем составить план прочитанного, который позволит отвлечься от авторского текста, абстрагироваться от несущественных деталей и сформулировать основные мысли автора. Так достигается ясность и краткость записей.

Однако последнее не должно противоречить требованиям полноты и точности, для чего основные положения работы необходимо записывать в формулировках автора, указывая страницу, на которой изложена записываемая мысль. При конспектировании соблюдается и логика авторского изложения материала.

Ценность конспекта зависит не только от его содержания, но и оформления. Названия глав и параграфов следует записывать полностью. Авторскими словами записываются и определения. Примеры, в конспект отбираются наиболее яркие, вносятся и свои личные. Принципиально важный материал (определения, тезисы, доказательства, выводы, оценки) желательно выделять знаками. Широкие, до трети страницы, поля конспекта используются для выражения своего отношения к изучаемому материалу.

Подготовка доклада. Доклад готовится для выступления на занятии или в учебном заведении перед преподавателями, и учащимися.

При работе над докладом обучающийся должен проявлять максимум самостоятельности. Это необходимо не только для совершенствования умений

самостоятельно работать с нормативными правовыми актами и научной литературой в области международного публичного права с полученным фактическим материалом, но и для развития мысли, и юридической речи обучающегося.

Работать над докладом рекомендуется в следующей последовательности:

- глубоко изучить литературу, рекомендованную по данному вопросу;

- критически оценить привлекаемую для доклада научную литературу, подумать над правильностью и доказательностью выдвигаемых авторами тех или иных положений;

- хорошо продумать и составить подробный план доклада;

- сопоставить рассматриваемые в изученных работах положения, факты, выделить в них общее и особенное, обобщить изученный материал в соответствии с намеченным планом доклада;

- тщательно продумать правильность изложенного в докладе того или иного положения, систематизировать аргументы в его защиту или против неправильных суждений;

- сделать необходимые ссылки на использованную в докладе психолого-педагогическую литературу, другие источники;

- подготовить к работе необходимые иллюстрации;

- умело использовать личные наблюдения, педагогический опыт и эксперименты.

Особое внимание необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Порядок проведения практического занятия

1. Вступительное слово преподавателя - 3-5 мин.

2. Рассмотрение вопросов темы - до 30 мин. по каждому вопросу.

3. Заключение преподавателя - до 10 мин.

Практическое занятие проводится в следующих формах, дополняющих друг друга:

- развернутая беседа, предполагавшая основательную подготовку всей группы по всем вопросам и участие максимума обучающихся в обсуждении темы. На практическом занятии в форме развернутой беседы отдельным обучающимся поручаются фиксированные выступления по тому или иному разделу темы, ставятся дополнительные вопросы;

- устные доклады с последующим их обсуждением;

- обсуждение письменных рефератов, заранее подготовленных отдельными обучающимися по заданию преподавателя. Доклад или реферат могут быть поручены не одному, а двум-трем обучающимся. Помимо основного докладчика могут быть назначены содокладчики и оппоненты по основным докладам. Докладчику может предоставляться не вступительное, а заключительное слово по вопросу, обсуждаемому в порядке развернутой беседы. Докладчики назначаются преподавателем или в начале текущего занятия, или на предыдущем занятии для более глубокой подготовки выступления. В ходе самостоятельной подготовки каждый обучающийся готовит план выступления по каждому вопросу темы;

Доклады (продолжительностью 10-15 мин.) делаются устно. Разрешается обращаться к конспекту, но нужно избегать сплошного чтения;

- практическое занятие по усмотрению преподавателя может быть проведено в виде рецензирования книг и их обсуждения;

- практическое занятие по усмотрению преподавателя может быть проведено в форме письменной работы, в форме круглого стола, в форме деловой игры, тренинга и др.

4.2. Глоссарий

Агитация (латинское agitatio - приведение в движение, побуждение к чему) – побуждение к действию с помощью слов, лозунгов, призывов.

Амбивалентный – неоднозначный, двойственный, неустойчивый.

Апелляция – обращение за поддержкой к общественному мнению; в праве ряда стран – обжалование приговоров и судебных решений, не вступивших в законную силу.

Апперцепция – зависимость восприятия от прошлого опыта, запаса знаний и общего содержания духовной жизни человека.

Априори – логико-философское понятие, которое означает знание, умозаключение, вывод, не основывающийся на реальном опыте, а также изначально присущее человеку знание.

Атрибуция – установление авторства или источника информации.

Аудиовизуальный – канал коммуникации, основанный на одновременном восприятии зрением и слухом.

Барьер смысловой (семантический) – несовпадение смыслов высказанных требований, просьб и т.п. у партнеров в процессе коммуникации, усложняющее взаимопонимание.

Брифинг – короткая, сжатая по времени, инструктивная встреча официальных лиц с журналистами по какому-либо вопросу, посвященная изложению позиций правительства.

Брейнсторминг – «мозговая атака» – методика стимуляции творческой активности и продуктивности.

Бэкграундер – текущая информация, не содержащая сенсации.

Валидность – обоснованность и адекватность исследовательских инструментов. По отношению к информации (валидность информации) представляет собой ее способность отражать фактическое состояние объекта.

Вербальный – устный, словесный.

Вербальные коммуникации – речевые коммуникации, основанные на умении говорить, слушать и писать то, что нужно.

Верификация – проверка достоверности информации.

Визави – напротив друг друга.

Визуальный – воспринимаемый глазами.

Групповая коммуникация – межличностная коммуникация с количеством участников более двух.

Глобальная коммуникация – коммуникация, охватывающая огромную часть человечества в транснациональных масштабах по всему миру. В качестве одной из систем глобальной коммуникации выступает Интернет.

Дайджест – краткое изложение чего-либо.

Дедукция – рассуждение от общего к частному.

Дезавуировать – публично отказаться от своих предшествующих высказываний.

Декодировать – раскрыть, расшифровать, отменить систему условных команд. Перевести информацию на язык, понятный получателю.

Деловая беседа – форма деловой коммуникации, предполагающая обсуждение, дискуссию в целях достижения единого консенсуса между сторонами.

Деловые переговоры – процесс партнерского взаимодействия, целью которого является получение взаимовыгодных результатов.

Деструктивный – неэффективный, неплодотворный, разрушительный.

Джентльменское соглашение – принятое в международной практике наименование договора, заключаемого в устной форме и без официальных формальностей, но неукоснительно соблюдаемого.

Диалог – вид речи, характеризующийся зависимостью от обстановки разговора, обусловленностью предыдущими высказываниями.

Дилемма – затруднительный выбор между двумя возможностями.

Дискурс – 1) Вид речевой коммуникации, в которой обсуждаются и обосновываются любые значимые аспекты действий, мнений, высказываний ее участников, позволяющий сформировать никем не оспариваемый минимум проблем и решений, а также критически обсудить взгляды и намерения участников; 2) совокупность высказываний, объединенных тем или иным набором социально заданных характеристик (цели высказывания, предметная область, типичный лексикон, характерные риторические приемы и пр.).

Диффамация – публичное распространение как имеющих место фактов, так и ложных сведений, порочащих кого-либо.

Зондировать – предварительно осторожно выяснить что- нибудь, например зондировать почву для переговоров.

Идентификация – опознание чего-либо, кого-либо, установление тождества объекта или личности; уподобление, отождествление индивида с кем-либо или с чем-либо (группой, коллективом), помогающее ему успешно овладевать различными видами социальной деятельности, усваивать свои нормы и ценности.

Имидж - это образ реального факта, события, явления, лица, формирующийся под воздействием СМИ, рекламы в масс-медиа, а также с помощью профессиональной деятельности имиджмейкеров.

Импонировать – производить положительное впечатление, нравиться; например, импонировать открытостью.

Инвариантность – в коммуникативистике — сохранность, повторяемость тех или иных структур, архетипов, образов, отношений, языко-дискурсных единиц или формул общений и связей.

Инверсия – прием подхода к работе с текстом, помогающий раскрыть плюрализм их значений путем перестановки отношений между персонажами, событиями и фактами и изменения сюжетных линий, обычного порядка слов в предложении.

Индукция – логический вывод, умозаключение в процессе мышления от частного к общему.

Инициатива – внутреннее побуждение к новым формам деятельности; предприимчивость, руководящая роль в какой-либо деятельности.

Инсайт – внезапное озарение.

Инсинуация – лживый вымысел.

Интерактивный – взаимодействие; режим диалога человека и СМК, когда на запрос пользователя немедленно поступает ответ системы.

Интерпретация – истолкование, раскрытие смысла, объяснение.

Интенсивность коммуникации – частота обмена информацией.

Интонация – ритмико-мелодическая сторона речи (повышение и понижение тона), манера произношения, выражающая чувства.

Интраперсональная коммуникация - внутреннее общение человека со своим условным «я», иногда патологическое.

Информация – совокупность сведений, уменьшающих неопределенность в выборе возможностей.

Инфоповод – событие, которое вызывает интерес аудитории и получает общественную огласку в социальных медиа или средствах массовой информации.

Иррациональный – недоступный пониманию, разуму.

Канал связи (применительно к обмену информацией) – средство передачи информации: письменной, устной, формальной, неформальной, пригодной для электронных средств связи и т.п.

Канал коммуникационный – канал продвижения информации от коммуникатора к коммуниканту.

Каналы личной коммуникации – каналы межличностного общения: личная встреча, личная переписка, беседа по телефону, позволяющие устанавливать обратную связь и обеспечивающие возможность для личного обращения.

Каналы неличной коммуникации – средства распространения информация без присутствия личного контакта и обратной связи, средства массовой информации (СМИ), а также средства избирательного воздействия, рассчитанные на специализированные аудитории.

Карт-бланш – неограниченные полномочия, полная свобода действий.

Кейс – история или случай; в практике деятельности служб по связям с общественностью – рассказ о положительном опыте использования потребителями популярных продуктов, услуг компании или же об успешном разрешении проблемных ситуаций.

Коллизия – столкновение противоположных, разнонаправленных взглядов, стремлений, чувств, интересов, обстоятельств.

Коммуникация – специфический обмен информацией, в результате которого происходит процесс передачи информации интеллектуального и эмоционального содержания от отправителя к получателю.

Коммуникация групповая – коммуникация внутри группы, между группами, индивид-группа (напр., интервью политического лидера или разговор руководителя компании со служащими);

Коммуникация интраперсональная (аутокоммуникация) - разговор человека с самим собой (внутренний «монолог», разговор со своим внутренним голосом, alter ego, совестью и т. п.).

Коммуникация массовая – процесс передачи информации с помощью технических средств на численно большие рассредоточенные аудитории.

Коммуникация межличностная – процесс обмена информацией, в котором участвуют двое коммуникантов;

Коммуникабельность – способность, предрасположенность к общению, коммуникации, к установлению контактов и связей; психологическая совместимость, общительность.

Коммуникативная компетентность – совокупность знаний, умений и навыков, таких как: функции общения и коммуникации; особенности коммуникативного процесса и основные его характеристики; виды коммуникации; средства коммуникации: вербальные и невербальные, виды слушания и техники его использования; обратная связь: вопрос-ответ; формы и методы делового взаимодействия; психологические и коммуникативные типы партнеров; технологии и приемы влияния на людей; самопрезентация.

Коммуникационная система – комплексная деятельность участников коммуникационного процесса, включающая всю совокупность операций, связанных с подготовкой, сбором, перераспределением информации, а также установлением межличностных контактов.

Компромисс – соглашение между представителями различных сталкивающихся интересов, мнений и пр. на основе взаимных уступок.

Коммюнике – официальное правительственное сообщение о международных переговорах и соглашениях, о важных событиях во внутренней жизни страны.

Консенсус – общее согласие по обсуждаемому или спорному вопросу, достигнутое без процедуры голосования.

Контекст – относительно законченный отрывок письменной или устной речи (текста), общий смысл которого позволяет уточнить (установить) значение и употребление входящих в него слов и словосочетаний.

Контрагент – каждая из сторон, участвующая в двустороннем или многостороннем договоре (контракте).

Конфиденциальный – сугубо личный, доверительный, секретный, не подлежащий огласке.

Конфликт – столкновение позиций, взглядов, интересов, сопровождающееся сильными эмоциональными переживаниями, стрессами в результате преодоления противоречий конфликтующих сторон.

Конформизм – тенденция человека изменять свое поведение под влиянием других людей таким образом, чтобы оно соответствовало мнениям окружающих, стремление приспособить его к их требованиям.

Конфронтация – противопоставление, противоборство.

Кликбейт – обманная механика, стимулирующая пользователя перейти по ссылке с целью дальнейшего ознакомления с предлагаемой информацией, которая не соответствует ожиданиям пользователя.

Круглый стол – одна из форм совместного обсуждения идей, проблем, ситуаций, имеющих значение для широких кругов общественности.

Лапидарный – предельно сжатый и выразительный.

Латентный – скрытое, внешне незаметное развитие какого-либо процесса, явления.

Лейтмотив – доминирующее начало в деятельности человека, основная мысль, неоднократно повторяемая и подчеркиваемая.

Лексикон – словарь; запас слов, выражение.

Манипуляция – процесс психологического воздействия коммуникатора, направленный на изменение психологических установок, ценностных ориентаций, поведения индивидов и целых аудиторий, независимо от их желания.

Межличностные отношения – система установок, ориентаций и ожиданий членов группы относительно друг друга, определяющихся содержанием и организацией совместной деятельности и ценностями, на которых основывается общение людей.

Масс-медиа – название средств массовой информации (СМИ).

Массовая коммуникация - коллективная коммуникация, при которой участники общения не структурированы ни по какому принципу. Таковой является, к примеру, коммуникация с помощью общенациональных средств массовой информации.

Межличностная коммуникация – общение двух или более людей, участвующих в коммуникации персонально.

Межкультурная коммуникация – общение различных культур, цивилизаций.

Менталитет, ментальность – образ, способ мышления личности или общественной группы, а также присущая им духовность и ее социальная и биологическая обусловленность; склад ума, умственный настрой, мировосприятие.

Мимика – выразительные движения лица, отображающие чувства, отношения человека.

Мимикрия – способность человека маскировать свои взгляды, приспосабливаясь к обстоятельствам.

Мистификация – намеренное введение кого-либо в заблуждение, заведомый обман.

Мозговая атака – методика стимуляции творческой активности и продуктивности людей.

Мониторинг – постоянное наблюдение за каким-либо процессом с целью выявления его соответствия желаемому результату или первоначальным предложениям.

Мотивация – побуждения, вызывающие активность организма и определяющие ее направленность.

Модератор (от английского moderate – умеренный) - один из участников общения, имеющий функции ведения, направления, ограничения общения.

Нарратив – понятие, заимствованное из литературоведения, оно обозначает последовательность изложения и структуру сообщения (сюжет, завязка, развитие конфликта, развязка, герои).

Невербальная коммуникация – коммуникация, опирающаяся не на слова, а на мимику, пантомиму, интонации, паузы, цвет, составляющие неречевые коммуникации.

Обратная связь – возможность получать комплексные сведения о различных реакциях целевых аудиторий на поступившие сигналы с учетом совокупности факторов общего фона социальной обстановки.

Обструкция – действия, демонстративно направленные на срыв чего-либо (заседания, собрания, переговоров).

Общение – взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене информацией общего познавательного или познавательного характера.

Общественное мнение – состояние массового сознания, заключающее в себе отношение к событиям, различным группам и личностям.

Общественное настроение – явление общественного сознания, отражающее тенденции его развития; преобладающее состояние чувств и настроений коллектива, влияющее на образ мысли и образ жизни.

Общественное сознание – проникновение морали и этики в процессы общественного развития в условиях ценностно-регулятивного механизма формирования нравственного понятия в обществе.

Общественность – группа людей, выражающих по какой-либо проблеме определенное мнение, а также реагирующих на события и возникшие ситуации.

Открытая общественность – широкая массовая общность потребителей товаров и услуг, многоликая аудитория СМИ, члены ассоциаций потребителей, идейные участники политических движений, партий и фракций.

Оппонент – противник в споре; лицо, которому поручена публичная оценка диссертации, доклада.

Паблисити – известность, популярность, достигаемые публичными выступлениями, а также с использованием средств массовой коммуникации (СМК); гласность, публичность, открытость; рекламирование, самореклама.

Парадигма – исходная концептуальная схема, модель постановки проблем и их решения.

Паритет – равенство, одинаковое положение, принцип равных прав и возможностей, равное соотношение.

Пиетет – глубокое уважение, почтительное отношение к кому-либо, чему-либо.

Персонификация – наделение животных и растений, отвлеченных понятий неодушевленных предметов и явлений природы человеческими свойствами, представление их в лицах.

Перцепция – восприятие, представление, отражение.

Подтекст – внутренний, добавочный, скрытый, отличный от прямого значения высказывания смысл, которые восстанавливается на основе контекста с учетом ситуации.

Позиционирование – создание и поддержание (воспроизводство) понятного клиентам образа, имиджа.

Полилог – дискуссия, беседа трех и более участников.

Популизм – примитивная политическая тактика заигрывания с не очень подготовленной массовой аудиторией, с народом, с целью манипуляции общественным мнением, голосами избирателей.

Прагматизм – деятельность людей, руководствующихся практической выгодой вне зависимости от ее нравственного значения.

Превалировать – преобладать, иметь перевес, преимущество.

Презентация – торжественное, публичное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного.

Прерогатива – исключительное право, принадлежащее какому-либо государственному органу или должностному лицу.

Пресса – массовые периодические печатные издания – газеты и журналы, выполняющие одну из главных ролей СМИ в формировании общественного мнения.

Пресс-конференция – собрание представителей СМИ с деловыми, общественными, правительственными кругами, с руководством фирмы и компании с целью информирования общественности по актуальным вопросам определенной тематики.

Пресс-релиз – листовка, специальный бюллетень или брошюра со срочным, главным образом официальным, сообщением для СМИ.

Престиж – авторитет, влияние; значимость, привлекательность, приписываемые в общественном сознании различным сторонам деятельности людей; уважение, которым пользуется кто-либо.

Прецедент – случай, который имел место ранее и служащий примером или оправданием для аналогичных действий в настоящем.

Пропаганда – распространение научных, политических, философских и других идей с целью их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности.

Профанация – искажение, извращение чего-либо; опошление, осквернение.

Регламентация – установление определенных правил, порядка; разработка распоряжений, предписаний.

Резюме – краткое изложение речи, статьи; краткий вывод, заключительный итог.

Рейтинг – степень популярности, авторитета какого-либо лица, организации, группы, их деятельности, программ, планов, политики в определенное время.

Реноме – репутация, установившееся мнение о ком-либо, чем-либо.

Респектабельный – почтенный, достойный, вызывающий уважение.

Риторика – теория и искусство красноречия; бессодержательная речь.

Реципиент – субъект, воспринимающий адресованное ему сообщение, реагирующий на сообщение.

Самоактуализация – стремление человека к возможно полному выявлению и развитию своих личностных возможностей.

Самопрезентация – умение представить себя, свои знания и умения с наилучшей стороны.

Социально-психологическая компетентность – способность человека эффективно взаимодействовать с окружающими его людьми в системе межличностных отношений; умение ориентироваться в социальных ситуациях, правильно определять личностные особенности и эмоциональные состояния других людей, выбирать адекватные способы реакции и реализовывать эти способы в процессе взаимодействия; умение поставить себя на место другого.

Средства массовой информации (СМИ) – технические средства коммуникации (телевидение, радио, пресса), предназначенные для донесения информации до аудитории.

Средства массовой коммуникации (СМК) - вся система коммуникационных процессов сегодняшнего дня, в отличие от термина «средства массовой информации» (СМИ), который означает лишь традиционный набор - телевидение, радио, пресса. Процесс коммуникации в

СМК носит двухсторонний характер, в то время как в СМИ – это, в основном, однонаправленный, односторонний процесс. Целью средств массовой коммуникации, таким образом, является установление обратной связи, а целью средств массовой информации – донесение сообщения до коммуниканта.

Стереотип социальный – схематичные и упрощенные представления о социальных объектах, широко распространенные в обществе.

Стратегия – искусство руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах.

Суггестия – внушение, воздействие на воображение, подсознание.

Таблоид — малоформатная газета со сжатым текстом и броскими анонсами, фотографиями, заголовками.

Теория коммуникации – система основных идей, дающих целостное представление о тех или иных закономерностях или существенных взаимосвязях.

Толерантность – терпимость, допущение.

Утилитарный – направление, основным критерием которого является материальная выгода и польза; узкопрактический, прикладной.

Фальсификация – злостное, преднамеренное искажение каких-либо данных.

Фрустрация – психологическое состояние, возникающее в результате разочарования, неосуществления какой-либо значимой для человека цели, потребности; гнетущая тревога, чувство напряженности, безысходности.

Харизма – высокий авторитет исключительно одарённой личности; способность почти гипнотически воздействовать на окружающих.

Целевая аудитория – определенная группа людей, конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей с выделением специфических признаков, в том числе демографических, психологических, социальнокультурных.

Церемония – торжественный акт; внешние формы приличия; стеснение, скованность или ломание, жеманство в обращении, поведении.

Чувственная информация – отражение в сознании человека объективного материального мира посредством органов чувств.

Эвфемизм – непрямое, смягченное выражение вместо резкого (например: «полный» вместо «толстый») или нарушающего нормы приличия («неумный» вместо «дурак»).

Эмпатия – сопереживание, способность индивидуума эмоционально откликаться на чувства других людей.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оценка качества освоения обучающимися образовательных программ включает в себя порядок, периодичность, систему оценок и формы проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с положением ФГБОУ ВО РГАИС «Об осуществлении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся».

Основными задачами текущего контроля успеваемости является систематический мониторинг за формированием компетенций, предусмотренных ФГОС ВО и ООП, повышение качества знаний обучающихся, приобретение и развитие навыков самостоятельной работы, повышение академической активности обучающихся.

Критерии оценки обучающихся

Текущая аттестация (текущий контроль) уровня усвоения содержания дисциплины возможно проводить в ходе всех видов учебных занятий методами устного и письменного опроса (работ), в процессе выступлений обучающихся на практических занятиях, защиты рефератов, а также посредством тестирования.

Качество письменных работ оценивается исходя из того, что обучающиеся:

- выбрали и использовали форму и стиль изложения, соответствующие целям и содержанию дисциплины;
- применили связанную с темой информацию, используя при этом понятийный аппарат специалиста в данной области;
- представили структурированный и грамотно написанный текст, имеющий связное содержание.

Тестовые материалы оцениваются по процентному соотношению правильных вариантов. Количество правильных ответов в пределах от 90 до 100 % - «отлично»; в пределах от 75 до 89 % - «хорошо»; в пределах от 50 до 74 % - «удовлетворительно»; менее 50 % - «неудовлетворительно».

Сдача зачета происходит в устной форме по билетам. В ходе зачета студент должен продемонстрировать знания и умения по предмету учебного курса. Качество ответов студентов и выполнение заданий оценивается: «зачтено», «зачтено с оценкой» и/или «не зачтено», «не зачтено с оценкой».

«зачтено», «зачтено с оценкой»:

- полные, осознанные знания в рамках курса лекций и дополнительной литературы, логичное и грамотное изложение материала.

«не зачтено» «не зачтено с оценкой»:

- допускаются существенные ошибки в знании курса лекций, при ответе вскрывается ошибочное понимание основных понятий курса.

Сдача экзамена происходит в устной форме по билетам.

Качество ответов на экзамене оцениваются на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно решены практические задачи;
- ответы были четкими и краткими, основные мысли излагались в строгой логической последовательности;
- обучающийся продемонстрировал умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания;
- в ответах не всегда выделялось главное, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов;
- ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

- даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач студент использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчётов, однако на уточняющие вопросы даны в целом правильные ответы;
- при ответах не выделялось главное;
- ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности;
- на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если не выполнены требования, соответствующие оценке «удовлетворительно».

Обучающиеся, пропустившие свыше 75% учебного времени, не аттестуются по итогам семестра. Вопрос об аттестации таких обучающихся решается в индивидуальном порядке.

5.1. Список вопросов к зачету

1. Виды деловой коммуникации. Понятие делового общения.
2. Структура деловой беседы.
3. Формы и виды делового общения.
4. Структура и последовательность ведения деловой беседы.
5. Роль первого впечатления при проведении деловой беседы.
6. Основные ошибки социального восприятия при первом впечатлении в деловой беседе.
7. Выслушивание партнера как прием при ведении деловой беседы.
8. Переговорный процесс как разновидность деловой беседы.
9. Психологические приемы влияния на партнера.
10. Техники аргументации в деловой беседе.
11. Национальные стили ведения деловой беседы.
12. Особенности публичного выступления.
13. Виды деловых совещаний.
14. Особенности завершающей стадии деловой беседы.
15. Культура речи делового человека.
16. Невербальные способы передачи информации.
17. Роль невербальной информации в деловых коммуникационных процессах.
18. Кинесические особенности невербальной коммуникации.
19. Проксемические особенности невербальной коммуникации.
20. Роль визуального контакта в деловом общении.
21. Пространственное положение при проведении деловой беседы.
22. Виды пространственного расположения вокруг стола.
23. Межнациональные различия невербального общения.
24. Понятие конфликта в деловом общении.
25. Типы поведения в конфликтной ситуации.
26. Понятие делового имиджа.
27. Составляющие делового имиджа.
28. Модели поведения в деловом общении.
29. Структура делового письма.
30. Средства коммуникации в цифровой среде.
31. Структура публичного выступления. Требования к публичному выступлению и докладу.
32. Правила оформления деловой презентации.

33.Навыки дискуссии в профессиональной среде.

34.Подготовка к выступлению с докладом.

35.Нейтральные темы для начала деловой беседы.

36. Особенности ведения деловой беседы в кросскультурной среде.

37. Структура делового имиджа. Понятие самопрезентации.

38. Собеседование с потенциальным работодателем.

39.Особенности цифрового этикета.

40.Техника эффективного слушания. Особенности применения.

41. Понятие «культурный код». Содержание. Структура.

5.2. Список тем рефератов

1. Деловое общение в цифровой среде.
2. Формирование делового имиджа в цифровой среде. Способы и инструменты.
3. Стили проведения переговоров. Особенности и способ выбора.
4. Межкультурные барьеры коммуникации.
5. Деловая презентация. Требования к структуре и подготовке.
6. Инструменты и механизмы воздействия на партнера в деловом общении.
7. Техника аргументации в деловом общении.
8. Культура делового общения.
9. Психологическое обеспечение профессиональной управленческой деятельности.
10. Понятие и структура эмоционального интеллекта.
11. Особенности онлайн-коммуникаций.
12. Национальные стили ведения деловой беседы.
13. Выступление с докладом. Подготовка и структура.
14. Коммуникационные каналы в цифровой среде.

5.3. Комплект тестовых материалов (предполагается один ответ)

1. Что такое самообучение? Выберите один ответ.

1) преодоление вредных или создание новых позитивных качеств личности или организации;

2) необходимое самопроизвольное стремление человека или организации к изменению внутренней базы данных и базы знаний;

3) контроль собственной деятельности человека, коллектива или организации, осуществляемый с целью сравнения результатов деятельности с имеющимися нормами, правилами, стандартами.

2. Что не входит в формы деловых коммуникаций?

1) собеседование;
2) презентация;
3) спор;
4) пресс-конференция;
5) small talk.

3. Какие существуют функции деловых коммуникаций?

1) самопрезентация;
2) культурная;
3) социализации;
4) интегративная;
5) социального контроля.

4. Какие выделяют виды устного вида делового общения?

1) монологический и диалогический;
2) ситуационный и запланированный;
3) быстрый и долгий;
4) социальный и культурный.

5. Кем был введен термин «социальный стереотип»?

1) Уолтер Липпман;
2) Евгений Де Роберти;
3) Игорь Кон;
4) Петр Лавров.

6. Какие не существуют способы подачи позиции?

1) открытие/закрытие позиции;
2) подчеркивание общности/различие;
3) согласование общей формулы/деталей;
4) все варианты верны.

7. Какие компоненты включает в себя культура делового общения?

1) психологию делового общения;

2) служебный этикет;
3) технику делового общения;
4) этику делового общения;
5) все ответы верны.

8. Что изучает этика?

1) мораль, нравственность;
2) поведение каждого конкретного человека в обществе;
3) политическое устройство общества;
4) социальные проблемы общества;

9. Что такое социальный стереотип?

1) закрепившееся определённое мнение о человеке или группе людей;
2) относительно устойчивый и упрощенный образ социального объекта – человека, группы, явления или события;
3) установление определенных правил, порядка; разработка распоряжений, предписаний.

10. Что не входит в нравственные основы делового общения?

1) уважение;
2) доброжелательность;
3) разумность и целесообразность;
4) порядочность;
5) бескомпромиссность.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Основная и дополнительная учебная литература

Основная литература

1. Круглова С. А. Деловая коммуникация : учебное пособие : С. А. Круглова, И. В. Щербакова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 88 с.: – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618860. – ISBN 978-5-4499-2612-8. – DOI 10.23681/618860. – Текст : электронный.

2. Круглова С. А. Изучение практических вопросов деловой коммуникации : учебное пособие : [12+] / С. А. Круглова, И. В. Щербакова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 88 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618861. – ISBN 978-5-4499-2598-5. – DOI 10.23681/618861. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения. М.: ИНФРА-М, 2006.

2. Вайнцвайг В. Десять заповедей творческой личности. М.1990.

3. Вечер Л.С. Секреты делового общения. Мн., 1996.

4. Добрович А.А. Общение: наука и искусство. М., 1991.

5. Истратова О. Н. Психология эффективного общения и группового взаимодействия : учебное пособие / О. Н. Истратова, Т. В. Эксакусто ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 192 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561043. – Библиогр.: с. 143-145. – ISBN 978-5-9275-2848-6. – Текст : электронный.

6. Каверин Б. И. Ораторское искусство : учебное пособие / Б. И. Каверин, И. В. Демидов. – Москва : Юнити, 2015. – 255 с. – (Cogito ergo sum). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114430. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00747-7. – Текст : электронный.

7. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. - Мн., 1990.

8. Кипнис М. Тренинг лидерства. М.: ОСЬ – 89, 2006.

9. Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва / М. Кронгауз. – Москва : Языки славянской культуры (ЯСК), 2007. – 234 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=73173. – ISBN 5-9551-0176-4. – Текст: электронный.

10. Кузин Ф. Культура делового общения. Практическое пособие. М.: ОСЬ – 89, 1996.

11. Лабунская В.А. Невербальное поведение.- Ростов – на - Дону, 1986.

12. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации. М.: ИНФРА- М, 1996.

13. Мескон М. Основы менеджмента. – М, 1992.

14. Михайличенко Н.А. Риторика. М., 1994.

15. Намаконов И. М. Креативность: 31 способ заставить мозг работать М: Альпина Паблишер, 2019. – 264 с. – (Серия «4К – навыки будущего»)

16. НиренбергГ., Калеро Дж. Читать человека как книгу. – М., 1984.

17. Панасюк А.Ю. Управленческое общение. – М., 1990.

18. Пиз Алан. Язык жестов. М.: НПО «МОДЕК», 1992.

19. Семке В.Я. Умейте властвовать собой. – Новосибирск 1992.

20. Снелл Ф. Искусство делового общения. – М.,1990.

21. Таранов П. С. Искусство риторики: Универсальное пособие для мения говорить убедительно. – Симферополь, 2001. – 576 с.: ил. – (Б-ка третьего тысячелетия Рус. яз.).

22. Тренинг публичных выступлений : учебник / Е. В. Камнева, Ж. В. Коробанова, М. В. Полевая и др. ; под ред. Е. В. Камневой, М. В. Полевой, Ж. В. Коробановой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2017. – 205 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494878. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907003-88-0. – Текст : электронный.

23. Этика и психология менеджмента. Учебное пособие. Ростов –на Дону. «Феникс». 2002.

24. Якимов П. А. Азбука начинающего оратора : учебное пособие : [16+] / П. А. Якимов. – 2-е изд., доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 84 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597891. – ISBN 978-5-4499-1167-4. – DOI 10.23681/597891. – Текст : электронный.

Библиотечный фонд Академии укомплектован печатной или электронной основной учебной литературой по дисциплинам обязательной части, изданными за последние 5 лет.

Фонд дополнительной литературы включает в себя официальные справочно-библиографические и периодические издания в расчете не менее одного экземпляра на каждые 100 обучающихся. Каждому обучающемуся обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда и периодическое издание из следующего перечня: Копирайт; wipo magazine; Библиотековедение; Биржа интеллектуальной собственности (БИС); Бюллетень Министерства юстиции Российской Федерации; Вестник гражданского права; Государство и право; Инновации; Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права; Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность; Международное публичное и частное право; Общество: социология, психология, педагогика; Патентный поверенный; Патенты и лицензии. Интеллектуальные права; Уголовное право; Управление проектами и программами; Хозяйство право; Экономическая политика.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В процессе реализации образовательной программы в вузе применяются современные интерактивные и мультимедийные средства обучения (компьютеры, мультимедиа-проекторы, интерактивные доски и др.), тематические стенды и плакаты, а также электронные информационные образовательные ресурсы.

На основе аппаратно-программного комплекса в РГАИС функционирует и постоянно совершенствуется портал электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ЭОиДОТ), обеспечиваемый преимущественно авторским учебным контентом и методическими разработками профессорско-преподавательского состава Академии.

В РГАИС функционируют читальный зал и электронная библиотека. Сотрудникам и обучающимся обеспечен доступ к электронной библиотечной системе «Университетская библиотека онлайн», насчитывающей более 100 тысяч наименований изданий с доступом в режиме онлайн, а также к объектам Национальной электронной библиотеки (в соответствии с договором с ФГБУ «Российская государственная библиотека»).

Имеется компьютерный класс, возможности которого позволяют каждому из обучающихся работать на компьютере с установленным комплектом лицензионного программного обеспечения не менее 20 часов в год. Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения

Электронная информационно-образовательная среда Академии обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы;

- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

- доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам, в том числе: справочно-правовой системе «Гарант»: www.garant.ru; справочно-правовой системе

«Консультант плюс»: www.consultant.ru; библиотеке «Книгофонд»: www.knigafund.ru; Университетской библиотеке www.biblioclub.ru.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для ведения образовательной деятельности по данной дисциплине Академия располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом РГАИС, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для организации и ведения учебного процесса Академия располагает зданием общей площадью 5936,2 кв.м, учебная и учебно-лабораторная площадь составляет 1249,6 кв.м. Для питания сотрудников и обучающихся имеется столовая площадью 130,1 кв.м.

Аудиторные занятия проводятся в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также в помещениях для самостоятельной работы. Имеются помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 9 июня 2016 г. № 694 «О внесении изменений в административные регламенты предоставления государственных услуг в части обеспечения условий доступности государственных услуг для инвалидов», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн.

Академия предоставляет инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (по их заявлению) возможность обучения по образовательной программе, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья Академия устанавливает особый порядок освоения дисциплин (модулей) с учетом состояния их здоровья.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.