

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.02.2021 09:39:07

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.О.06.08 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

Основная профессиональная образовательная программа

Направление 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ программа "Реклама и связи с общественностью"

Методический отдел УМУ

« 10 » _____ 20__ г.

Научная библиотека СГЭУ

« 10 » _____ 20__ г.

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Маркетинга, логистики и рекламы

(протокол № 7 от 28.02.2020г.)

Зав. кафедрой _____ / Л.А. Сосунова /

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы входит в обязательную часть блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Модели поведения потребителей, Маркетинг, Основы логистики, Интегрированные коммуникации

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
УК-6_ИДК1 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.	УК6з1: Виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования	УК6у1: Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК6в1: Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
УК-6_ИДК2 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.	УК6з2: Принципы и методы управления временем	УК6у2: Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК6в2: Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6_ИДК3 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития	УК6з3: Виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения	УК6у3: Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования	УК6в3: Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного

<p>деятельности и требований рынка труда.</p> <p>Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.</p>	<p>порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования.</p> <p>Принципы и методы управления временем.</p>	<p>в течение всей жизни.</p> <p>Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p> <p>Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>
--	---	--	--

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
<p>ОПК-4_ИДК1</p> <p>Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p>	<p>ОПК4з1:</p> <p>Существующие запросы и потребности общества</p>	<p>ОПК4у1:</p> <p>Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности</p>	<p>ОПК4в1:</p> <p>Технологиями формирования общественного мнения</p>
<p>ОПК-4_ИДК2</p> <p>Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>ОПК4з2:</p> <p>Основные потребности отдельных членов общества</p>	<p>ОПК4у2:</p> <p>Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов</p>	<p>ОПК4в2:</p> <p>Методами управления потребительским спросом посредством рекламы и специальных мероприятий</p>
<p>ОПК-4_ИДК3</p> <p>Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p>Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>ОПК4з2:</p> <p>Существующие запросы и потребности общества.</p> <p>Основные потребности отдельных членов общества.</p>	<p>ОПК4у2:</p> <p>Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности.</p> <p>Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на</p>	<p>ОПК4в2:</p> <p>Технологиями формирования общественного мнения.</p> <p>Методами управления потребительским спросом посредством рекламы и специальных мероприятий.</p>

		формирование запросов.	
--	--	------------------------	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	13.15/0.37
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	92.85/2.58
Промежуточная аттестация	2/0.06
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					
1.	Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой	2	4			46,40	УК-6_ИДК1 УК-6_ИДК2 УК-6_ИДК3 ОПК-4_ИДК1 ОПК-4_ИДК2 ОПК-4_ИДК3	
2.	Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой	2	4			46,45	УК-6_ИДК1 УК-6_ИДК2 УК-6_ИДК3 ОПК-4_ИДК1 ОПК-4_ИДК2	

							ОПК-4 ИДКЗ
	Контроль	2					
	Итого	4	8	0.15	1	92.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой	лекция	Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой
2.	Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой	лекция	Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой	практическое занятие	Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой
		практическое занятие	Основы этического регулирования связей с общественностью и рекламой
2.	Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой	практическое занятие	Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой
		практическое занятие	Особенности этического регулирования связей с общественностью и рекламой

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1068921>

Дополнительная литература

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1059463>

Литература для самостоятельного изучения

1. Булатецкий, Ю. Е. Коммерческое право : учебник для академического бакалавриата / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 448 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8000-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431831>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор

	Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции (УК):

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформирования	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
УК-6_ИДК1 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом	Пороговый	УК6з1: Виды ресурсов (личностны х,	УК6у1: Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на	УК6в1: Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных

<p>условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p>		<p>ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования</p>	<p>основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p>
<p>УК-6_ИДК2</p> <p>Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решения поставленных задач, а также относительно полученного результата.</p>	<p>Базовый</p>	<p>УК632: Принципы и методы управления временем</p>	<p>УК6у2: Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК6в2: Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>
<p>УК-6_ИДК3</p> <p>Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p> <p>Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решения поставленных задач, а также относительно полученного результата.</p>	<p>Повышенный</p>	<p>УК633: Виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования.</p> <p>Принципы и методы управления временем.</p>	<p>УК6у3: Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p> <p>Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>УК6в3: Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p> <p>Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформирования	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ОПК-4_ИДК1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	Пороговый	ОПК4з1: Существующие запросы и потребности общества	ОПК4у1: Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности	ОПК4в1: Технологиями формирования общественного мнения
ОПК-4_ИДК2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Базовый	ОПК4з2: Основные потребности и отдельных членов общества	ОПК4у2: Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов	ОПК4в2: Методами управления потребителем посредством рекламы и специальных мероприятий
ОПК-4_ИДК3 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Повышенный	ОПК4з2: Существующие запросы и потребности общества. Основные потребности и отдельных членов общества.	ОПК4у2: Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности. Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов.	ОПК4в2: Технологиями формирования общественного мнения. Методами управления потребителем посредством рекламы и специальных мероприятий.

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой	УК-6_ИДК1 УК-6_ИДК2 УК-6_ИДК3 ОПК-4_ИДК1	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет

		ОПК-4_ИДК2 ОПК-4_ИДК3		
2.	Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой	УК-6_ИДК1 УК-6_ИДК2 УК-6_ИДК3 ОПК-4_ИДК1 ОПК-4_ИДК2 ОПК-4_ИДК3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой	<ol style="list-style-type: none"> 1. Структура этики делового общения. 2. Корпоративный этический кодекс. Структура и функции. 3. Морально– психологический климат организации. 4. Сплоченность рабочей группы. Факторы сплоченности. 5. Этические принципы поведения человека в группе. 6. Правила преподнесения подарков в деловом общении.
Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой	<ol style="list-style-type: none"> 1. Лидерство и руководство в рабочей группе. 2. Имидж делового человека. 3. Виды деловых приемов и порядок их проведения. 4. Нравственные принципы взаимоотношения руководителя и подчиненного. 5. Стили руководства.

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие, виды, функции и цели общения. 2. Основные средства общения. 3. Место делового общения среди других видов общения. Специфика и стили делового общения. 4. Виды и уровни общения. Этапы процесса делового общения. 5. Роль эффекта восприятия в деловом общении. 6. Общение как коммуникация. Структура, основные функции и виды коммуникаций. 7. Интерактивная сторона общения, то есть общение как взаимодействие. 8. Понятие деловой риторики. Принципы речевого воздействия. 9. Основные принципы взаимодействия сторон и характеристики речевого поведения. 10. Использование средств выразительности деловой речи. 11. Основные системы невербального общения: визуальная система, акустическая система, тактильная система, ольфакторная система. 12. Факторы, влияющие на невербальное общение. Классификация невербальных средств общения. 13. Деловая беседа, деловые совещания и собрания. Этапы проведения, цели и задачи. 14. Пресс-конференция как форма делового общения. Особенности презентаций. 15. Психологические особенности деловой дискуссии, полемики и спора.

	<p>16. Основные приемы воздействия в споре. Правила конструктивной критики.</p> <p>17. Специфика дистанционного общения. Преимущества и недостатки неличного общения.</p> <p>18. Цели речевого воздействия в процессе общения.</p> <p>19. Основные механизмы воздействия: заражение, внушение, подражание. Средства и методы воздействия.</p>
<p>Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Значение манипуляции в общении. Основные характеристики манипуляции. 2. Основные приемы манипуляций. Правила нейтрализации манипуляций. 3. Понятие конфликтов и причины их возникновения. Признаки и функции конфликтов. 4. Динамика развития конфликта и критерии его оценки. 5. Типология конфликтов и их основные характеристики. Стратегии поведения в конфликтной ситуации. 6. Стили управления конфликтными ситуациями. Преодоление конфликтов 7. Рольное поведение личности в процессе общения. Микро- и макросреда личности. . 8. Классификации психотипов личностей: по темпераменту, по расположенности к общению, по эмоциональности. 9. Межличностные отношения в коллективе. Факторы, влияющие на взаимоотношения внутри коллектива. 10. Проблема лидерства в коллективе. Роль руководителя в становлении коллектива. 11. Понятие этики и этикета в деловом общении. Развитие делового этикета в России. 12. Поведение делового человека в общественных местах. Выбор модели поведения. 13. Особенности делового общения с иностранными партнерами. Традиции и черты национального характера. 14. Понятие имиджа и история его возникновения. Составляющие имиджа. 15. Внешний вид делового человека, служебный этикет и внутрикорпоративная культура. 16. Подарки и сувениры: их выбор и цели дарения. Влияние подарков и сувениров на взаимоотношения партнеров. 17. Искусство комплимента. Отличие комплимента от лести.

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

укажите задания

1. **В едином процессе общения выделяют ... стороны:**
 - a) Две
 - b) Четыре
 - c) Три
 - d) Нет правильного варианта ответа
2. **К психолого-дидактическим принципам речевого воздействия не относится:**
 - a) Принцип ассоциативности
 - b) Принцип экстенсивности
 - c) Принцип экспрессивности
 - d) Принцип доступности

3. Невербальное общение – это:

- a) общение посредством неречевых знаковых систем
- b) общение посредством цифровых систем
- c) общение с помощью голоса
- d) общение посредством мыслительных процессов

4. Не существует следующего способа представления информации:

- a) Нарисованный
- b) Устный
- c) Графический
- d) Электронный

5. В деловой этике осознание ценности личности своего партнера или подчиненного, умение придерживаться в общении с ним этических норм не предполагает наличие:

- a) простоты и общительности
- b) свободы и справедливости
- c) честности и отзывчивости
- d) напряженности и решительности

6. Наиболее применяемыми техниками активной антиманипулятивной защиты в технологиях делового общения являются:

- a) целенаправленная психологическая атака на манипулятора
- b) преобразование адресатом вербальных и невербальных сигналов, получаемых от манипулятора
- c) использование партнером-адресатом психотехнических приемов встречной манипуляции — контрманипулятивной защиты
- d) все ответы верны

7. Служебные взаимоотношения – это:

- a) Совокупность моральных принципов, характеризующих поведение человека в обществе.
- b) Совокупность нравственных принципов, характеризующих должностное поведение сотрудников организации.
- c) Совокупность духовных принципов, характеризующих поведение человека в общей группе.
- d) Все ответы верны.

8. К общепринятым нравственным требованиям к общению не относится:

- a) Застенчивость
- b) Точность
- c) Вежливость
- d) Скромность

9. Открытые, закрытые, зеркальные – это виды ... , которые могут быть использованы в деловой дискуссии:

- a) Ответов
- b) Вопросов
- c) Жестов
- d) Действий

10. В схеме описания мимических признаков эмоциональных состояний отсутствует следующий элемент лица:

- a) Уши
- b) Рот
- c) Глаза
- d) Брови

11. К содержанию деловых писем не предъявляется следующее требование:

- a) Грамотность
- b) Точность
- c) Краткость
- d) Поэтичность

12. Если спор осуществляется между двумя лицами, тогда это спор

- a) сложный
- b) сравнительный
- c) одиночный простой
- d) Оценочный

13. Манипуляцией называется

- a) совокупность действий, направленных на получение выгоды нечестным способом;
- b) утверждение, заведомо не соответствующее истине и высказанное в таком виде сознательно;
- c) использование приемов коммуникации, истинная цель которых не совпадает с декларируемой партнеру по общению и несет ему явный или скрытый урон;
- d) нет верного определения.

14. К принципам работы с персоналом относится принцип

- a) Перпендикулярность
- b) Параллельность
- c) Вертикальность
- d) Горизонтальность

15. К психологическим барьерам общения относятся:

- a) Агрессия
- b) Ужас
- c) Страх
- d) Ненависть

16. К характеристикам речевого поведения не относится

- a) Громкость голоса
- b) Окраска звучания голоса
- c) Качество голоса
- d) Певучесть голоса

17. Покраснение лица – это ... невербальная реакция:

- a) Непроизвольная
- b) Произвольная
- c) Умышленная
- d) Неумышленная

18. Можно ли телефонные переговоры рассматривать как случай проведения деловой беседы?

- a) Нельзя
- b) Можно
- c) Только если согласны все стороны
- d) Только голосовые сообщение

19. Ошибки в доводах бывают двух типов:

- a) ложными и необоснованными
- b) правильными и необъективными
- c) умышленными и непреднамеренными
- d) словесными и предметными

20. Не относится к приемам манипуляции:

- a) Раздражение собеседника
- b) Перевод дискуссии в сферу домыслов
- c) Недосказанность
- d) Быстрая речь

21. К стилям руководства не относится:

- a) Политический
- b) Либеральный
- c) Демократический
- d) Авторитарный

22. В деловой этике осознание ценности личности своего партнера или подчиненного, умение придерживаться в общении с ним этических норм предполагает наличие:

- a) простоты и общительности

- b) свободы и справедливости
- c) честности и отзывчивости
- d) тактичности и деликатности

23. К коммуникационным эффектам не относится:

- a) Эффект релаксации (расслабления)
- b) Эффект молчания
- c) Эффект интонаций и пауз
- d) Нет правильных ответов

24. Поза, жест, мимика, походка - это:

- a) Такесика
- b) Кинесика
- c) Фонация
- d) Графика

25. Резюме не содержит следующую информацию:

- a) Основные личные данные
- b) Опыт работы
- c) Жизненный опыт
- d) Интересы

26. Шаблоны поведения для защиты своего собственного «я» - это:

- a) соотношение самооценки
- b) оценка представлений
- c) защитные механизмы
- d) уровень притязаний

По мнению Э.Шострома, существуют виды манипуляторов такие как:

- a) Активные и пассивные
- c) Соревнующиеся и безразличные
- d) Оба ответа неверны
- e) Оба ответа верны

27. К корпоративным компонентам деловой репутации организации не относится:

- a) Корпоративные праздники
- b) Престижность работы в организации
- c) Репутация первого лица (лидерство)
- d) Рост квалификации специалистов

28. Реально существующая деловая практика во всем многообразии деловых отношений и взаимосвязей – это

- a) объект науки
- b) предмет науки
- c) деловое общение
- d) нет верного ответа

29. Открытые вопросы - это вопросы, которые

- a) дополняют сведения о собеседнике
- b) требуют какой-то информации
- c) выясняют мотивы и позиции собеседников
- d) выявляют позитивные и нейтральные позиции

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Введение в этическое регулирование связей с общественностью и рекламой	1. Понятие, виды, функции и цели общения. 2. Основные средства общения. 3. Место делового общения среди других видов общения. Специфика и стили делового общения.

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Виды и уровни общения. Этапы процесса делового общения. 5. Роль эффекта восприятия в деловом общении. 6. Общение как коммуникация. Структура, основные функции и виды коммуникаций. 7. Интерактивная сторона общения, то есть общение как взаимодействие. 8. Понятие деловой риторики. Принципы речевого воздействия. 9. Основные принципы взаимодействия сторон и характеристики речевого поведения. 10. Использование средств выразительности деловой речи. 11. Основные системы невербального общения: визуальная система, акустическая система, тактильная система, ольфакторная система. 12. Факторы, влияющие на невербальное общение. Классификация невербальных средств общения. 13. Деловая беседа, деловые совещания и собрания. Этапы проведения, цели и задачи. 14. Пресс-конференция как форма делового общения. Особенности презентаций. 15. Психологические особенности деловой дискуссии, полемики и спора. 16. Основные приемы воздействия в споре. Правила конструктивной критики. 17. Специфика дистанционного общения. Преимущества и недостатки неличного общения. 18. Цели речевого воздействия в процессе общения. 19. Основные механизмы воздействия: заражение, внушение, подражание. Средства и методы воздействия.
<p>Проблемы этического регулирования связей с общественностью и рекламой</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Значение манипуляции в общении. Основные характеристики манипуляции. 2. Основные приемы манипуляций. Правила нейтрализации манипуляций. 3. Понятие конфликтов и причины их возникновения. Признаки и функции конфликтов. 4. Динамика развития конфликта и критерии его оценки. 5. Типология конфликтов и их основные характеристики. Стратегии поведения в конфликтной ситуации. 6. Стили управления конфликтными ситуациями. Преодоление конфликтов 7. Ролевое поведение личности в процессе общения. Микро- и макросреда личности. . 8. Классификации психотипов личностей: по темпераменту, по расположенности к общению, по эмоциональности. 9. Межличностные отношения в коллективе. Факторы, влияющие на взаимоотношения внутри коллектива. 10. Проблема лидерства в коллективе. Роль руководителя в становлении коллектива. 11. Понятие этики и этикета в деловом общении. Развитие делового этикета в России. 12. Поведение делового человека в общественных местах. Выбор модели поведения.

	<p>13. Особенности делового общения с иностранными партнерами. Традиции и черты национального характера.</p> <p>14. Понятие имиджа и история его возникновения. Составляющие имиджа.</p> <p>15. Внешний вид делового человека, служебный этикет и внутрикорпоративная культура.</p> <p>16. Подарки и сувениры: их выбор и цели дарения. Влияние подарков и сувениров на взаимоотношения партнеров.</p> <p>17. Искусство комплимента. Отличие комплимента от лести.</p>
--	--

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	УК-6 ИДК1, ОПК-4 ИДК1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне