

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ННГУ

« ____ » _____ 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Этика делового общения и основы
коммуникационного менеджмента

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

Бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

42.03.03 – издательское дело

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Книгоиздательское дело

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2022 год

Лист актуализации

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Этика делового общения и основы коммуникационного менеджмента» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело (уровень бакалавриата).

Относится к обязательному типу освоения на 3 году обучения в 5 семестре.

Целями освоения дисциплины «Этика делового общения и основы коммуникационного менеджмента» является формирование у студентов системных знаний о концептуальных основах этики делового общения и коммуникационного менеджмента как научного управления потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных и политических формирований с целью решения стратегических и тактических задач в развитии общественных отношений.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия.	Уметь применять различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия; Знать различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия; Владеть навыками формирования отношений с окружающими людьми, с коллегами;	Собеседование, дискуссия, кейс
ПКР-7 Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПКР-7.1. Владеет инструментами продвижения медиапродукта с помощью различных каналов и систем	Знать основные теоретические аспекты публичных релейшнз и рекламы, в том числе специфические аспекты публичных релейшнз и рекламы в области издательского дела и книготорговли; приемы информационно-библиографического сопровождения проектной издательской деятельности; - основные технологии, связанные с рекламой книжной продукции, специфику взаимодействия с рекламодателями и рекламными агентствами;	Собеседование, дискуссия, кейс

		<p>Уметь применять в профессиональной деятельности основы публичных отношений и рекламы в области издательского дела и книгораспространения; приемы информационно-библиографического сопровождения проектной издательской деятельности;</p> <p>- применять знания о технологиях, связанных с рекламой книжной продукции, спецификой взаимодействия с рекламодателями и рекламными агентствами;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в продвижении медиапродукта;</p> <p>- анализа и прогнозирования в области информационно-библиографического и рекламного сопровождения проектной издательской деятельности;</p> <p>- навыками практической деятельности, связанной с взаимодействием с рекламодателями и рекламными агентствами в сфере издательского дела</p>	
<p><i>ПКР-3</i></p> <p>Способен координировать и контролировать процесс создания медиaproдукта</p>	<p>ПКР-3.1.</p> <p>Организует работу с авторами</p>	<p>Знать специфику организации работы с авторами в сфере издательского дела;</p> <p>- специфику правовых аспектов в области издательского дела; правовые нормы, регулирующие деятельность в сфере книгоиздательства и книгораспространения; положения авторского права;</p> <p>Уметь организовывать работу с авторами;</p> <p>-- использовать теоретические знания в области права в практической деятельности, связанной с подготовкой</p>	<p><i>Собеседование, дискуссия, кейс</i></p>

		<p>издательских (лицензионных) договоров;</p> <p>Владеть навыками практической деятельности по организации работы с авторами;</p> <p>- навыками практической деятельности по подготовке издательских (лицензионных) договоров</p>	
<p><i>ПКО-3</i></p> <p>Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания и распространения медиапродукта</p>	<p>ПКО-3.1.</p> <p>Соотносит вопросы редакционной политики издательства с общечеловеческими ценностями</p>	<p>Знать специфику воплощения общечеловеческих ценностей в процессе создания и распространения медиапродукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности знания о специфике воплощения общечеловеческих ценностей в процессе создания и распространения медиапродукта;</p> <p>Владеть практическими навыками воплощения в рамках должностных обязанностей общечеловеческих ценностей в процессе создания и распространения медиапродукта</p>	<p><i>Собеседование, дискуссия, кейс</i></p>
<p><i>ПКР-15</i></p> <p>Способен соотносить практическую деятельность в области издательского дела с требованиями корпоративных и профессиональных этических стандартов</p>	<p>ПКО-15.1</p> <p>Придерживается общечеловеческих ценностей при создании медиатекста и (или) медиапродукта</p>	<p>Знать специфику воплощения общечеловеческих ценностей при создании медиатекста и (или) продукта, в том числе российский и зарубежный опыт;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности российский и зарубежный опыт воплощения общечеловеческих ценностей при создании медиатекста и (или) продукта;</p> <p>Владеть практическими навыками создания медиатекста и (продукта) в контексте воплощения общечеловеческих ценностей</p>	<p><i>Собеседование, дискуссия, кейс</i></p>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ	ЗЕТ
Часов по учебному плану	72	
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа): - занятия лекционного типа - занятия семинарского типа	33	
самостоятельная работа	39	
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	зачет	зачет

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе								
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы							Самостоятельная работа обучающегося, часы	
				из них								
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего	Очная	Очно-заочная	Заочная		
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	

Тема №1. Коммуникационный процесс как основа передачи информации	8			4										4		
Тема №2. Коммуникационное пространство как доминирующий фактор	8			4										4		
Тема №3. Модели и виды коммуникаций	8			4										4		
Тема №4. Основы методики управления коммуникационными процессами	6			2										4		
Тема №5. Частные направления коммуникационного менеджмента	6			2										4		
Тема №6. Этика – учение о морали и нравственности	8			4										4		
Тема 7. Моральные установки индивида, их особенности и этапы формирования	8			4										4		
Тема 8. Этические нормы в современном обществе	10			4										6		
Тема 9. Этический аспект делового общения	10			5										5		
Итого	72			33										39		

Текущий контроль успеваемости проходит в рамках занятий практического типа. Итоговый контроль осуществляется на зачете. Окончательное завершение формирования компетенций, предусмотренных в рамках данной дисциплины, происходит при написании выпускной квалификационной работы.

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета, включающего выполнение практических заданий наряду с традиционной формой ответа на контрольные вопросы.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических основ этики делового общения и коммуникационного менеджмента в издательском деле. Основные задачи – это сформировать у студентов представление о коммуникативном процессе, выявить основные принципы планирования, организации и контроля за коммуникационными процессами; представить образ целевой аудитории коммуникатора; представить различные социологические теории и методы эмпирических исследований; дать представление о современных коммуникативных технологиях (коммуникация межличностная, малых групп, массовая); раскрыть коммуникативные формы и методы изучения социальной среды и воздействия на группы общественности, методы формирования имиджа; в ходе практических занятий провести самостоятельное планирование коммуникационных мероприятий в сфере профессиональной деятельности студентов.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 6.2.

4. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций	
	Не зачтено	зачтено
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. Продemonстрированы все основные умения,.

	от ответа	Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «зачтено»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «не зачтено»

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

6.2.1 Контрольные вопросы

Вопрос	Код компетенции (согласно РПД)
1. Коммуникационный менеджмент: понятия и подходы.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
2. Понятие "потокaв информации и воздействия".	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
3. Функции коммуникационного менеджмента.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
4. Принципы коммуникационного менеджмента.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
5. Этические нормы коммуникационного менеджмента: общее и особенное.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
6. Правовые основы коммуникационного менеджмента.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3;

	ПКО-3; ПКР-15
7. Социальная детерминированность обеспечения управления информационными потоками.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
8. Российская специфика коммуникационного менеджмента.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
9. Объекты и субъекты коммуникации.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
10. Этапы процесса коммуникационного менеджмента:	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
11. Барьеры и ошибки в коммуникациях.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
12. Негативные тенденции в коммуникационном менеджменте.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
13. Модель личностно-деловых качеств современного менеджера по обеспечению коммуникационных процессов.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
14. Факторы конкурентоспособности персонала.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
15. Основные теории мотивации персонала.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
16. Объективные и субъективные факторы интеллектуализации менеджмента.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
17. Культура управленческого общения как слагаемое эффективности деятельности персонала коммуникационного менеджмента.	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
18. Мораль и нравственность – определения, предпосылки появления	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
19. Этика как учение о морали и нравственности	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
20. Моральные установки индивида: этапы формирования	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
21. Трудовая и профессиональная мораль	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15
22. Нормы коммуникации в трудовом коллективе	УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15

6.2.2. Типовые задания для оценки сформированности компетенции УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15

Типовое задание по теме 1 «Коммуникационный процесс как основа передачи информации». Доклад на тему «Российская специфика коммуникационного менеджмент».

6.2.3. Типовое задание для оценки сформированности компетенции УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15

Типовое задание по теме 3 «Модели и виды коммуникаций».

Деловая игра – «Виды коммуникаций в организации».

6.2.4. Типовое задание для оценки сформированности компетенции УК-3; ПКР-7; ПКР-3; ПКО-3; ПКР-15

Типовое задание по теме 4 «Основы методики управления коммуникационными процессами». Кейсы – определение моделей коммуникаций.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Зверинцев А. Б. - Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR. - СПб.: Союз, 1997. - 288 с.
2. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов./Шепель В. М., Футин В. Н., Любутов А. С., Гранкин И. В., Замаараева Н. А., Титова Н. С., Саввинов А. В., Кочеткова А. В. - М.: Гардарики, 2004. - 352 с.
3. Терин В. П. - Массовая коммуникация: исслед. опыта Запада. - М.: МГИМО, 2000. - 224 с.
4. Федотова Л. Н. - Социология массовой коммуникации: учеб. для вузов. - СПб. [и др.]: Питер, 2003. - 400 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Барышников Н. В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=408974>
2. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 216 с.:
<http://znanium.com/bookread.php?book=350959>
3. Ореховская Н. А. PR в сфере социальной коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - М.: Альфа-М, 2013. - 198 с.: <http://znanium.com/bookread.php?book=448801>
4. Романова Ю. Д. Современные информационно-коммуникационные технологии для успеш. ведения бизнеса: Учеб. / Ю.Д.Романова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=411654#none>
5. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 488 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=414752>
6. Энциклопедия книжного дела. - М.: Юристъ, 1998. - 536 с. - (Книжное дело).

7.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <http://kachine.narod.ru/CommTheory/1/WebComm1.htm> коммуникативный ресурс;

2. <http://kachine.narod.ru/CommTheory/1/WebComm1.htm> процесс коммуникаций: понятия цели, элементы;
 3. <http://lib.vvsu.ru/books/semiotika2/pagt0004.asp> семиотика и ее основные проблемы;
 4. <http://mediahubble.ru/> Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии;
- <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартная аудитория для проведения лекционных и практических занятий. Дополнительное материально-техническое обеспечение: оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (все – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях).

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ (утв. Ученым советом ННГУ, протокол № от ..2022 г.), с учетом рекомендаций примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.03 – «Издательское дело».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО _____.

Автор (ы) к.пол.наук Болдина К.А.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой _____