

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

Президиумом Ученого совета ННГУ

протокол № 6

"31" мая 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**Этика делового общения и основы
репутационного менеджмента**
(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
Бакалавриат
(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы
РСО в ГМУ, РСО в КС
(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения
Очная, заочная
(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород

2023 год

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Этика делового общения и основы репутационного менеджмента» относится к вариативной части ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Относится к дисциплинам по выбору и осваивается на 2 году обучения в 3 семестре. Основной целью освоения дисциплины является приобретение студентами психологических знаний и формирование у студентов необходимых навыков и умений в области деловой коммуникации.

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	<p>Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия;</p> <p>Умеет применять различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия;</p> <p>Владеет навыками формирования отношений с окружающими людьми, с коллегами;</p>	<i>Тестирование</i> <i>Собеседование</i> <i>Практические задания</i> <i>Ролевые игры</i>
	УК-3.2 Имеет практический опыт участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности, опыт распределения ролей в условиях командного взаимодействия.	<p>Знает приемы и методы распределения ролей в условиях участия в проектах и командной работы;</p> <p>Умеет применять на практике приемы взаимодействия в рамках командной работы;</p> <p>Владеет практическим опытом участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности</p>	
ПК-12. Способен строить свою	ПК-12.1. Участвует в продвижении	Знать специфику продвижения социально значимых ценностей	<i>Тестирование</i>

<p>профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p>	<p>средствами связей с общественностью и рекламы; мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Уметь использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Владеть практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p>	<p><i>Собеседование</i> <i>Практические задания</i> <i>Рольевые игры</i></p>
	<p>ПК-12.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;</p> <p>Владеть практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p>	
<p>ПК-17. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>ПК-17.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>Знать технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p>Уметь применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p>Владеть практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта</p>	<p><i>Тестирование</i> <i>Собеседование</i> <i>Практические задания</i> <i>Рольевые игры</i></p>
	<p>ПК-17.2. Анализирует требования потребителей к</p>	<p>Знать методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту;</p>	

	продукту, владеет навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	<p>Уметь применять в практической деятельности методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту;</p> <p>Владеть навыками самостоятельного анализа требований потребителя к коммуникационному продукту, взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	
	ПК-17.3. Проводит презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью	<p>Знать теоретические аспекты проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности технологии проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в проведении презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью</p>	

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	32
- занятия лекционного типа	
- занятия практического типа	
самостоятельная работа	39
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	зачет

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)			В том числе													Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы															
				из них															
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Консультации			Всего						
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная		
1. Основы этики делового общения	12						4									8			
2. Формы и средства делового общения	34						14									18			
3. Этикет в деловом общении	25						10									13			
В т.ч. текущий контроль	1																		
Итого	72						32									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 студентов направлена на углубленное изучение основных тем курса: ознакомление со сложным комплексом проблем PR-технологий; выявление современных способов рекламы в литературе и кино, анализ связи технологий рекламы с политическими и социальными процессами в обществе; обучение применению полученных знаний в процессе теоретической и практической деятельности.

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 от ответа	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,. 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

<i>Вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1. Этика как учение о морали.	УК-3
2. Этические проблемы деловой жизни.	УК-3
3. Соотношение универсальной и деловой этики.	ПК-12
4. Структура деловой этики (микроэтика и макроэтика).	УК-3
5. Суть этики деловых отношений.	УК-3
6. Основные задачи профессиональной этики деловых отношений.	ПК-12
7. Основные принципы современных деловых отношений.	ПК-12
8. Влияние общественной среды на формирование принципов этики деловых отношений.	ПК-12
9. Деловой этикет: определение и основные характеристики.	УК-3
10. Национально-культурные особенности делового этикета.	УК-3
11. Связь делового этикета с деловой этикой.	УК-3
12. Перспективы изменений в нормах делового этикета.	ПК-12
13. Требования делового этикета для установления эффективных деловых отношений.	ПК-17
14. Основные нормы в практике деловой жизни.	ПК-17
15. Влияние организации рабочего места на уровень этичности делового общения.	ПК-17
16. Этические принципы и требования к деловой переписке.	ПК-17
17. Деловое письмо: требования этикета.	ПК-17
18. Виды деловых писем.	ПК-17

19. Резюме, его структура и правила составления.	ПК-17
20. Требования к использованию визитных карточек в деловых отношениях.	ПК-12
21. Этические аспекты использования компьютерных технологий.	ПК-12
22. Перспективы развития письменного делового общения.	ПК-17
23. Требования к переписке внешней и внутриорганизационной.	ПК-17
24. Роль этической стороны критики в деловой жизни. Правила конструктивной критики	ПК-12
25. Роль деловых приемов в деловой жизни.	ПК-12
26. Особенности дистанционного общения.	ПК-12
27. Этические рекомендации к ведению дистанционного делового общения	ПК-12
28. Преимущества и недостатки дистанционного делового общения.	ПК-12
29. Этические нормы телефонного разговора.	ПК-17
30. Основные этические нормы поведения руководителя.	УК-3
31. Этикет взаимоотношений руководителя и подчиненного.	УК-3
32. Этика служебных взаимоотношений мужчины и женщины.	УК-3
33. Роль культуры речевого воздействия в обеспечении этики деловых отношений	ПК-12
34. Основные элементы вербального языка деловых коммуникаций.	ПК-17
35. Вербальный этикет: культура речи и слушания.	ПК-17
36. Основные элементы невербального языка деловых коммуникаций.	ПК-17
37. Механизмы внедрения этических норм в деловую сферу.	ПК-12
38. Профилактика деловых конфликтов.	ПК-12
39. Деловой имидж: понятие и характеристики.	ПК-12
40. Влияние рыночных отношений на этику делового общения.	ПК-12
41. Этика взаимоотношений с «трудным» руководителем.	УК-3
42. Виды делового общения. Управление деловым общением.	ПК-12
43. Детерминация поведения личности в деловом общении.	ПК-17
44. Психологическая природа манипулятивного общения.	ПК-17
45. Правила и этикет делового общения: деловая беседа; служебное совещание	ПК-17
46. Механизмы манипулятивного общения.	ПК-12
47. Манипулятивные приемы в межличностном деловом общении.	ПК-12

48. Ролевое поведение в деловом общении.	ПК-12
49. Коммуникативная культура в деловом общении.	ПК-12
50. Управление этическими нормами межличностных отношений в коллективе.	ПК-12

6.2.2. Типовые задания для оценки сформированности компетенции УК-3

Темы докладов

1. Понятие этики. Основные этапы её становления.
2. Мораль: понятие, структура, функции.
3. Понятие профессиональной этики, её специфика.
4. Особенности этического климата в России.
5. Понятие управленческой этики. Основные стили и методы управления.
6. Этические аспекты работы руководителя с подчинёнными.
7. Конфликты на предприятии и способы их разрешения.
8. Основные типы деловых контактов.
9. Условия успешных переговоров.
10. Подготовка и проведение деловой беседы.
11. Технология разрешения конфликтов в переговорном процессе.
12. Корпоративная культура: понятие, типы, этапы формирования.
13. Социальная ответственность бизнеса: сущность концепции, основные подходы
14. Этикет: понятие, задачи, история развития.
15. Организация рабочего времени.
16. Телефонный этикет.
17. Деловой этикет в переписке.
18. Деловые приветствия и представления.
19. Основные приёмы гостеприимства.
20. Типы официальных приёмов.
21. Этический кодекс организации.
22. Правила поведения за столом.
23. Этические требования к современному предпринимателю.
24. Элементы профессионального имиджа для мужчин
25. Элементы профессионального имиджа для женщин

Типовые задания для оценки сформированности компетенции УК-3

Письменные задания «Ответ на вопрос»

- 1) Попробуйте сформулировать для себя общие требования (правила) обращения с иностранными партнерами по следующей схеме: «надо – нельзя».
- 2) В чем главные отличия в подходах к деловым переговорам между Востоком и Западом?
- 3) Какой национальный стиль ведения деловых переговоров Вам лично ближе всего?

Типовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-12

Типовое задание «Деловая игра»

- 1) Создайте презентацию, отразив в ней особенности межнационального общения и этикета
- 2) Создайте презентацию «своей» компании, фирмы.

Типовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-17

Типовое задание «Ролевая игра»

Разработка сценария деловых мероприятий: фуршет, коктейль, деловой обед для приема.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Родыгина Н.Ю. Этика деловых отношений : Учебник и практикум для СПО / Родыгина Н. Ю. - Москва : Юрайт, 2019. - 431 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=571184&idb=0>
2. Собольников В.В. Этика и психология делового общения : Учебное пособие для академического бакалавриата / Собольников В. В., Костенко Н. А. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2019. - 202 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=592279&idb=0>
2. Чернышова Л.И. Этика, культура и этикет делового общения : Учебное пособие для академического бакалавриата / Чернышова Л. И. - Москва : Юрайт, 2019. - 161 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=564614&idb=0>

7.2. Дополнительная литература

1. Лавриненко В.Н. Психология общения : Учебник и практикум для СПО / Лавриненко В. Н., Чернышова Л. И. ; под ред. Лавриненко В.Н., Чернышовой Л. И. - Москва : Юрайт, 2019. - 350 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=564149&idb=0>
2. Чернышова Л.И. Психология общения: этика, культура и этикет делового общения : Учебное пособие для СПО / Чернышова Л. И. - Москва : Юрайт, 2019. - 161 с. <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=591304&idb=0>

7.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <https://psymod.ru/113-jetika-delovogo-obshhenija-v-kompanii.html> Деловое общение
2. <http://www.voppsy.ru> «Вопросы психологии»
3. <http://www.psyedu.ru> «Психологическая наука и образование»
4. <http://magazine.mospsy.ru> «Московский психологический журнал»
5. http://psychol.ras.ru/ippp_pfr/journal/ -Журнал практической психологии и психоанализа
6. Евтихов О.В. Психология управления персоналом // <http://www.klex.ru/9ju>
7. Кошелев А.Н. Синдром белого воротничка // <http://www.klex.ru/8xr>
8. Мещеряков Б.Г., Зинченко В.П. Большой психологический словарь // <http://www.klex.ru/310>
9. Паркинсон С.Н. Законы Паркинсона // <http://www.klex.ru/ae>
10. Смирнов В.Н. Психология управления персоналом в экстремальных условиях // <http://www.klex.ru/3u7>
11. Урбанович А.А. Психология управления // <http://www.klex.ru/8tf>
12. <http://www.psycho.ru> «Психология и бизнес on-line». Библиотека, тесты и программы, новости, объявления о тренингах и семинарах, программных продуктах для психологического обследования.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартная аудитория для проведения лекционных и практических занятий. Дополнительное материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (все – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки – «РСО в ГМУ», «РСО в КС».

Автор (ы) Самыличева Н.А.