

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент

Наименование образовательной программы: Менеджмент предприятий и организаций

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины
ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ И ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.10.02
Трудоемкость в зачетных единицах:	7 семестр - 4;
Часов (всего) по учебному плану:	144 часа
Лекции	7 семестр - 32 часа;
Практические занятия	7 семестр - 32 часа;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	проводится в рамках часов аудиторных занятий
Самостоятельная работа	7 семестр - 79,7 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая: Проверочная работа Деловая игра	
Промежуточная аттестация:	
Зачет с оценкой	7 семестр - 0,3 часа;

Москва 2023

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Епифанов В.А.
	Идентификатор	Rad930396-YepifanovVA-60810d9f

(подпись)

В.А. Епифанов

(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сотниченко Е.
	Идентификатор	R4dba8757-SotnichenkoY-c3f9793f

(подпись)

Е. Сотниченко

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей
кафедры

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: состоит в изучении теоретических аспектов деловых коммуникаций, включая личную коммуникативную культуру, управление коммуникациями в профессиональной сфере для достижения продуктивной деятельности, а также в получении практических навыков и умений организации и проведения различных форм деловой коммуникации

Задачи дисциплины

- изучение теоретических и практических моделей коммуникации;
- освоение методических и организационных основ деловых коммуникаций;
- приобретение стратегий устных деловых и письменных деловых коммуникаций;
- усвоение требований делового этикета применительно к различным ситуациям в деловом общении;
- формирование понятия эффективных деловых коммуникаций;
- овладение основными моделями управления коммуникациями.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-2 Способен осуществлять управление организацией в условиях возникновения рисков	ИД-2 _{ПК-2} Выстраивает эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации	знать: - правила построения эффективных коммуникаций; - основы коммуникационной политики. уметь: - пользоваться манипулятивным воздействием; - выстраивать эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Менеджмент предприятий и организаций (далее – ОПОП), направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания
				Контактная работа							СР			
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль	
КПР	ГК	ИККП	ТК											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Введение в основы теории коммуникации	22	7	6	-	6	-	-	-	-	-	10	-	<p><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Введение в основы теории коммуникации"</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 7-13 [3], 21-34</p>
1.1	Введение в основы теории коммуникации	11		3	-	3	-	-	-	-	-	5	-	
1.2	Теоретические и прикладные модели социальной коммуникации	11		3	-	3	-	-	-	-	-	5	-	
2	Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании	34		9	-	9	-	-	-	-	-	16	-	
2.1	Коммуникационный процесс на предприятии	11		3	-	3	-	-	-	-	-	5	-	
2.2	Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании	11		3	-	3	-	-	-	-	-	5	-	
2.3	Виды прагматической коммуникации в профессиональной деятельности	12		3	-	3	-	-	-	-	-	6	-	
3	Стратегии устных и	24	6	-	6	-	-	-	-	-	12	-	<u>Самостоятельное изучение</u>	

	письменных деловых коммуникаций												<i>теоретического материала:</i> Изучение дополнительного материала по разделу "Стратегии устных и письменных деловых коммуникаций"
3.1	Стратегии устных деловых коммуникаций	12	3	-	3	-	-	-	-	-	6	-	<i>Изучение материалов литературных источников:</i>
3.2	Стратегии письменных деловых коммуникаций	12	3	-	3	-	-	-	-	-	6	-	[2], 112-119 [3], 66-93
4	Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики	46	11	-	11	-	-	-	-	-	24	-	<i>Самостоятельное изучение теоретического материала:</i> Изучение дополнительного материала по разделу "Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики"
4.1	Деловая коммуникация как социокультурный механизм взаимодействия между социальной средой и речевым поведением	12	3	-	3	-	-	-	-	-	6	-	<i>Изучение материалов литературных источников:</i> [2], 183-192 [3], 124-154
4.2	Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики	12	3	-	3	-	-	-	-	-	6	-	
4.3	Имидж делового человека	12	3	-	3	-	-	-	-	-	6	-	
4.4	Технологии самопрезентации	10	2	-	2	-	-	-	-	-	6	-	
	Зачет с оценкой	18.0	-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	17.7	
	Всего за семестр	144.0	32	-	32	-	-	-	-	0.3	62	17.7	
	Итого за семестр	144.0	32	-	32	-	-	-	-	0.3	79.7		

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Введение в основы теории коммуникации

1.1. Введение в основы теории коммуникации

Коммуникация как объект научного исследования. Проблема предмета теории коммуникации. Основные этапы развития теории коммуникации. Структура коммуникативного знания и уровни обобщения коммуникативного знания. Специфика законов и категорий теории коммуникации.

1.2. Теоретические и прикладные модели социальной коммуникации

Структура коммуникативного процесса. Классические модели коммуникаций. (Модель Лассуэлла, Модель Шеннона-Уивера – модель двухканальной или многоканальной коммуникации и др.). Социологические и психологические модели коммуникации. Семиотические модели коммуникации. Элементы коммуникационного процесса. Модели массовой коммуникации. Модели массовой коммуникации. Генеральная схема массовой коммуникации. Массовая коммуникация и «лидеры мнений». Теории «диффузии инноваций» и «обратной связи» (схема Дж.Райли и Ф.Балля). Теории массовой коммуникации М.Маклуэна и А.Моля. Прикладные модели коммуникации. Прикладные модели коммуникации.

2. Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании

2.1. Коммуникационный процесс на предприятии

Коммуникационный процесс и эффективность управления. Виды коммуникаций. Формальные коммуникации. Неформальные коммуникации. Деловое общение. Понятие функций и законов управленческого общения..

2.2. Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании

Теоретические основы организации коммуникационных процессов компании. Маркетинговые коммуникации: от традиции однонаправленного воздействия к синергетическому эффекту и интегрированности. Инструментарий коммуникационной деятельности.

2.3. Виды прагматической коммуникации в профессиональной деятельности

Виды деловых контактов. Алгоритмы коммуникативного поведения с собеседниками различных психологических типов и критерии их выбора. Ситуации целевого, социального и психологического взаимодействия. Коммуникативные роли субъектов общения. Уровни правового, нравственного общения, манипулирования, «рефлексивной игры». Структура коммуникативных программ и техник влияния на людей. Психологический и социальный прогноз коммуникативных действий. Виды прагматической коммуникации в практике управления. Перспективные стратегии и коммуникативные эффекты.

3. Стратегии устных и письменных деловых коммуникаций

3.1. Стратегии устных деловых коммуникаций

Особенности публичного выступления. Деловое общение как коммуникация. Информация, ее значимость и типы. Побудительная и констатирующая информация. Человек как источник информации. Виды устных форм делового взаимодействия. Переговоры как форма деловой коммуникации: подготовка и проведение. Психологический климат во время

переговоров. Переговоры как средство разрешения конфликтов. Культура речи делового человека.

3.2. Стратегии письменных деловых коммуникаций

Особенности официально-деловой речи. Язык служебных документов. Приказ, протокол, решение, договор. Организационно-распределительная документация: резюме, заявление, анкета, докладная и объяснительная записка, таблица, сплошной связный текст. Деловые письма: соглашения, запросы, сопроводительные письма, письма-регламенты (поздравления, извинения, соболезнования, письма-ответы с благодарностью). Служебные записки для внутренней коммуникации: распоряжения, благодарности, напоминания, просьбы, проведение мероприятий. Правила оформления деловых посланий.

4. Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики

4.1. Деловая коммуникация как социокультурный механизм взаимодействия между социальной средой и речевым поведением

Речевое поведение в теории коммуникации. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установка, намерение. Стили речевого поведения.

4.2. Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики

Роль коммуникаций в формировании репутации. Внутренние и внешние факторы влияния на целевые аудитории компании. Формирование корпоративной репутации: факторы влияния. Корпоративная коммуникация. Оценка эффективности. Совершенствование коммуникаций в организации.

4.3. Имидж делового человека

Понятие и функции имиджа в общении. Имиджирование. Концептуальные подходы к изучению имиджа. Ценностные функции имиджа. Современная типология имиджа. Субъекты имиджирования. Технологии имиджирования. Модели поведения. Телесный имидж. Внешний вид. Тактика общения. Этикет как технология делового общения. Этика деловых отношений с коллегами, подчиненными и руководством. Этика делового контакта. Ведение переговоров: этические аспекты. Правила делового поведения. Использование современных информационных технологий в деловых отношениях. Этические аспекты использования сети Интернет в деловых отношениях.

4.4. Технологии самопрезентации

Понятие, цель самопрезентации. Основные презентационные модели самопрезентации. Техники самопрезентации. Стратегии самопрезентации с помощью целенаправленных сообщений. Непреднамеренное неконтролируемое поведение. Продукты деятельности. Технологические позиции в разработке Я-концепции. Анализ и учет предпочтений конкретной среды деловых отношений личности.

3.3. Темы практических занятий

1. Имидж делового человека. Техники самопрезентации;
2. Роль коммуникации в формировании репутации;
3. Речевое поведение и факторы, влияющие на взаимопонимание коммуникантов;

4. Особенности письменных деловых коммуникаций. Правила оформления деловых посланий;
5. Особенности устных деловых коммуникаций. Выбор стратегии устной деловой коммуникации;
6. Виды прагматической коммуникации в практике управления. Роль коммуникационного процесса в системе управления компанией;
7. Коммуникационная политика предприятия. Основы организации коммуникационных процессов в организации;
8. Понятие и виды коммуникаций. Модели коммуникаций и их применение.

3.4. Темы лабораторных работ
не предусмотрено

3.5 Консультации

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ
Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)				Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	
Знать:						
основы коммуникационной политики	ИД-2ПК-2			+		Проверочная работа/Контрольный опрос № 2 (письменный) «Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании»
правила построения эффективных коммуникаций	ИД-2ПК-2	+				Проверочная работа/Контрольный опрос № 1 (письменный) «Введение в основы теории коммуникации»
Уметь:						
выстраивать эффективные коммуникации во внутренней и внешней среде организации	ИД-2ПК-2		+			Деловая игра/Контрольное задание № 1 «Стратегии устных и письменных деловых коммуникаций»
пользоваться манипулятивным воздействием	ИД-2ПК-2				+	Деловая игра/Контрольное задание № 2 «Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики»

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

7 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольный опрос № 1 (письменный) «Введение в основы теории коммуникации» (Проверочная работа)
2. Контрольный опрос № 2 (письменный) «Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании» (Проверочная работа)

Форма реализации: Устная форма

1. Контрольное задание № 1 «Стратегии устных и письменных деловых коммуникаций» (Деловая игра)
2. Контрольное задание № 2 «Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики» (Деловая игра)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Зачет с оценкой (Семестр №7)

В диплом выставляется оценка за 7 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации. Учебник и практикум для вузов : учебник для вузов по экономическим направлениям и специальностям, по направлению 080200 "Менеджмент" квалификация (степень) "бакалавр" / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева, Гос. ун-т управления (ГУУ) . – Москва : Юрайт, 2020 . – 370 с. – (Высшее образование) . - ISBN 978-5-534-00331-4 .;
2. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации: теория и практика : учебник для бакалавров вузов по направлению 080200 "Менеджмент" квалификация (степень)"бакалавр" / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева, Гос. ун-т управления (ГУУ) . – М. : Юрайт, 2014 . – 370 с. – (Бакалавр. Базовый курс) . - ISBN 978-5-9916-3189-1 .;
3. Лисс Э. М., Ковальчук А. С.- "Деловые коммуникации", Издательство: "Дашков и К", Москва, 2018 - (343 с.)
<https://e.lanbook.com/book/103741>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;

4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
5. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>
6. Информационно-справочная система «Кодекс/Техэксперт» - <Http://proinfosoft.ru>; <http://docs.cntd.ru/>
7. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
8. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	парта со скамьей, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	К-520, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Помещения для самостоятельной работы	П-40, Аспирантская	
Помещения для консультирования	К-217/6, Кабинет сотрудников	
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	К-202/2, Склад кафедры БИТ	стеллаж для хранения инвентаря, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для хранения инвентаря, тумба, запасные комплектующие для оборудования

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы деловой и публичной коммуникации в профессиональной деятельности

(название дисциплины)

7 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Контрольный опрос № 1 (письменный) «Введение в основы теории коммуникации» (Проверочная работа)
- КМ-2 Контрольное задание № 1 «Стратегии устных и письменных деловых коммуникаций» (Деловая игра)
- КМ-3 Контрольный опрос № 2 (письменный) «Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании» (Проверочная работа)
- КМ-4 Контрольное задание № 2 «Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики» (Деловая игра)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	3	7	11	14
1	Введение в основы теории коммуникации					
1.1	Введение в основы теории коммуникации		+			
1.2	Теоретические и прикладные модели социальной коммуникации		+			
2	Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании					
2.1	Коммуникационный процесс на предприятии			+		
2.2	Основы организации коммуникационной политики и построения коммуникационной системы компании			+		
2.3	Виды прагматической коммуникации в профессиональной деятельности			+		
3	Стратегии устных и письменных деловых коммуникаций					
3.1	Стратегии устных деловых коммуникаций				+	
3.2	Стратегии письменных деловых коммуникаций				+	
4	Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики					
4.1	Деловая коммуникация как социокультурный механизм взаимодействия между социальной средой и речевым поведением					+

4.2	Управление репутацией, как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики				+
4.3	Имидж делового человека				+
4.4	Технологии самопрезентации				+
Вес КМ, %:		20	25	20	35