Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«ФДТ.1 Деловой протокол и этикет»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*ФДТ.1 Деловой протокол и этикет*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 8 от "16" февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры *подпись* Т.Ю. Димитрова *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент *подпись* Т.Ю. Димитрова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью *личная подпись* Ю.В. Кудашова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
личная подпись Н.Н. Бигалиева
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Е.Ф. Томина
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Димитрова Т.Ю., 2023
© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – приобретение обучающимися знаний, умений и навыков делового этикета и протокола для реализации коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Задачи освоения дисциплины:

- иметь представление об основных правилах общения;
- знать историю возникновения и развития представлений о нормах и правилах поведения и о связи норм этикета с этическими и моральными принципами;
- уметь вести себя согласно общепринятым правилам в ситуациях, которые возникают в деловом общении;
- иметь навыки делового общения;
- иметь навыки взаимодействия с людьми различных категорий с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции;
- иметь навыки осуществления профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина является факультативной(ым)

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.35 Теория коммуникации*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5-В-1 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп УК-5-В-2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения УК-5-В-3 Конструктивно взаимодействует с людьми различных категорий с учетом их социокультурных особенностей в	**Знать:** о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. **Уметь:** находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп **Владеть:** навыками взаимодействия с людьми различных категорий с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5-В-1 ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5-В-2 ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	**Знать:** совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях **Уметь:** анализировать тенденции развития разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях **Владеть:** навыками осуществления профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ПК*-1 Способен осуществлять профессиональную коммуникацию на русском языке с учетом правовых требований к использованию русского языка как государственного языка РФ	ПК*-1-В-1 ПК-1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию, создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, правовыми требованиями к использованию русского языка как государственного языка РФ ПК*-1-В-2 ПК-1.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта правовым требованиям к использованию русского языка как государственного языка РФ и медиаконцепции канала	**Знать:** языковые нормы, стандарты, форматы, правовые требования к использованию русского языка как государственного языка РФ **Уметь:** осуществлять профессиональную коммуникацию, создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, правовыми требованиями к использованию русского языка как государственного языка РФ **Владеть:** навыками контроля соответствие формата коммуникационного продукта правовым требованиям к использованию русского языка как государственного языка РФ и медиаконцепции канала

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
Контактная работа:	**6,25**	**6,25**
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	2	2
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- написание реферата (Р);* *- написание эссе (Э);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий*	**101,75**	**101,75**
Вид итогового контроля	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятия этики и этикета	27	1	-		26
2	Бизнес-этикет. Этика пиар-деятельности	28	1	2		25
3	Конфликты в деловом общении	26	1	-		25
4	Протокольные мероприятия	27	1	-		26
	Итого:	108	4	2		102
	Всего:	108	4	2		102

4.2 Содержание разделов дисциплины

1. Понятия этики и этикета

Понятия «общение», «этика», «этикет». Общие понятий этики делового общения. Представления о правилах и нормах общения с античности до наших дней. Функции этикета. Общие правила этикета. Принцип субординации. Принцип «бесполых профессионалов». Принцип предсказуемости. Первое впечатление. Внешний вид делового человека. Деловая одежда. Женский костюм и аксессуары. Мужской костюм. Сочетаемость расцветок элементов костюма. Психологические аспекты цвета. Дресс-код. Обозначения дресс- кода, принятые в международной деловой практике. Мимика и жесты. Жесты открытости. Жесты готовности. Походка и поза. Зрительный контакт. Первое впечатление. Приемы формирования благоприятного психологического климата. Поведение в типичных ситуациях. Поведение на улице. Поведение у входа в служебное помещение. Поведение в служебном помещении. Основные аспекты этики руководителя. Правила поведения за столом. Культура еды. Беседа за столом. Правила для курящих.

2. Бизнес-этикет. Этика пиар-деятельности

Вербальная и паравербальная коммуникация. Коммуникативно-лидерские способности. Культура речи и деловое общение. Общие правила делового общения. Логика речи. Переговоры. Этика публичного выступления. Классическая схема ораторского искусства. Приемы стимулирования внимания и интереса. Проведение совещаний. Телефонные деловые разговоры. Деловая переписка. Имидж фирмы. Профессиональный имидж. Представительная группа сотрудников. Служебно-административный кодекс. Организационная культура фирмы. Интерьер офиса и внешний вид служащих как элементы имиджа фирмы. Этика пиар-деятельности. Этичное поведение в сети Интернет.

3. Конфликты в деловом общении

Понятие конфликта. Элементы конфликта. Особенности поведения конфликтной личности. Правила поведения для конфликтных людей. Конфликтные ситуации в деловом общении. Этапы и возможные способы разрешения конфликтных ситуаций. Спор и дискуссия. Типы и стратегии спора. Типы и особенности участников спора.

4. Протокольные мероприятия

Понятие протокола. Протокол Венского международного конгресса. Официальные встречи. Встреча иностранных партнеров. Помещение для переговоров. Правила размещения делегаций на официальных переговорах. Виды приемов. Приглашения и форма одежды на приемах. Наиболее распространенные схемы рассадки на приемах. Неофициальные приемы. Культурная программа. Подарки. Церемония проводов.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2	Бизнес-этикет. Этика пиар-деятельности	2
		Итого:	2

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Капкан, М. В. Деловой этикет : учебное пособие / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2017. – 170 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=695447

Деловое общение : учебное пособие / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 524 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621627

5.2 Дополнительная литература

Кузнецов, И. Н. Современный этикет : практическое пособие / И. Н. Кузнецов. — 9-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 496 с. - ISBN 978-5-394-03366-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1092942

Бельдова, М. В. Деловой протокол и этикет. Практика применения [Текст] / М. В. Бельдова, А. В. Рогова, Б. А. Шардаков. - М. : Проф. изд-во, 2008. - 193 с. - (Библиотека журнала "Секретарь-референт" ; вып. 1) - ISBN 978-5-903161-05-8.

Михайлова, К. Ю. Международные деловые переговоры : учебное пособие / К. Ю. Михайлова, А. В. Трухачев ; Ставропольский государственный аграрный университет. – 6-е изд., перераб. и доп. – Ставрополь : АГРУС, 2013. – 368 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277468

5.3 Периодические издания

PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ
PUBLISH/ Паблиш: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
Советник : журнал. - М. : Агенство "Роспечать"

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.regnum.ru/ - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

http://www.courson.ru/course/filosofiya_prezentacii_kak_podgotovit_rasskaz_o_novom_produkte_686/ Онлайн-видеокурс «Результативная бизнес-презентация 2.0» курс для тех, кто хочет проводить презентации с максимальным результатом, как подготовить и провести презентацию на любую тему.

http://advertology.ru/ - новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности.

http://www.raso.ru/ - сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью.

http://www.rbc.ru/ - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
4. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.