

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

_____ В.Ю. Шутилин

“ ____ ” _____ 2020 г.

Регистрационный № УД _____ /уч.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности

1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных
коммуникаций (по направлениям)»

Учебная программа составлена на основе учебного плана по специальности рег № 52Р-13 от 18.10.2013

СОСТАВИТЕЛИ:

Эдвардс Н. М., доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат педагогических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Поплавская Т.В., заведующий кафедрой речеведения и теории коммуникации Минского государственного лингвистического университета, доктор филологических наук, профессор.

Слепович В.С., заведующий кафедрой делового английского языка УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от 25.03.2010);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № _____ от _____ 2020).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учебной дисциплины «Коммуникативные технологии» разработана для обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)» в соответствии с образовательным стандартом специальности.

Учебная дисциплина «Коммуникативные технологии» представляет собой систематизированное изложение теоретико-методологических и организационно-практических основ коммуникативного процесса, умений и навыков использования инструментов коммуникации в различных сферах деятельности. Она является научной базой выработки оптимальной коммуникативной политики организации, основой принятия стратегических управленческих решений и оценки воздействия принимаемых решений на конечные результаты работы.

Целью преподавания учебной дисциплины «Коммуникативные технологии» является формирование у студентов представления о продуктивных коммуникативных технологиях в сфере бизнес-коммуникаций, развитие коммуникативной личности будущего специалиста по профилю факультета межкультурных коммуникаций, освоение технологий выстраивания эффективного коммуникативного поведения в профессиональной и межличностной сферах, учитывая при этом и межкультурные особенности.

Задачи, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:

- освоить отечественные и зарубежные методики анализа межличностных, групповых и массовых коммуникативных процессов;
- овладеть навыками анализа коммуникативных технологий и их использования;
- приобрести необходимые знания и навыки применения конкретных коммуникативных технологий в профессиональной сфере, а также выстраивания эффективного коммуникативного поведения в межличностной сфере;
- уметь разработать стратегию и тактику конкретных коммуникативных технологий, оценить ее эффективность.

Структура и методика преподавания дисциплины учитывают новые результаты исследований в области коммуникации и последние достижения в области педагогики и информационных технологий, ориентируя обучающихся на приобретение соответствующих профессиональных компетенций:

- ПК-1. Владеть сложными коммуникативными навыками и умениями; быть способным к формированию новых навыков и умений в иных социальных структурах и социокультурных ситуациях;
- ПК-2. Обладать знанием культурных норм и ограничений в общении, обычаях, традиций и этикета;
- ПК-5. Обладать способностью убеждать;
- ПК-7. Уметь адекватно интерпретировать коммуникативное поведение представителей иной культуры;

- ПК-10. Находить оптимальные пути преодоления межъязыковых и межкультурных барьеров в различных ситуациях перевода;
- ПК-15. Работать со специальной литературой; анализировать собранную информацию, формировать информационно-аналитические базы данных;
- ПК-17. Проводить анализ содержания и осуществлять интерпретацию текстов различной направленности;
- ПК-21. Эффективно взаимодействовать в мультикультурном коллективе;
- ПК-23. Вырабатывать и принимать профессиональные решения, корректировать собственную деятельность и деятельность других участников процесса межкультурной коммуникации;
- ПК-24. Быть способным осуществлять системный поиск;
- ПК-27. Быть способным реализовывать методы и использовать средства, поддерживающие этапы реализации нововведения.

Успешность освоения дисциплины «Коммуникативные технологии» обеспечивается **межпредметными связями**. Данная учебная дисциплина входит в систему курсов, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции для организационно-управленческой деятельности будущих специалистов. Для освоения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как «Введение в теорию коммуникации», «Теория межкультурной коммуникации».

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать: основные концепции современной теории коммуникации; новейшие подходы к анализу межличностных, групповых и массовых коммуникативных процессов; типологические особенности коммуникативных технологий и параметры их эффективности в различных сферах бизнеса;

уметь: критически анализировать различные продукты массовой коммуникации; анализировать конкретные коммуникативные технологии; разработать соответствующие коммуникативные технологии;

владеть: инструментами коммуникативного аудита межличностных, групповых и массовых коммуникативных процессов; оценки конкретных ситуаций и принятия решений о стратегических и тактических направлениях коммуникативной деятельности.

Учебная программа по учебной дисциплине «Коммуникативные технологии» учреждения высшего образования для специальности разработана с учетом основных положений концепции непрерывного образования Республики Беларусь, а также в соответствии с нормативными документами.

Организация обучения настоящей учебной дисциплине осуществляется на основе принципов *компетентностного и системного подходов*.

Общее количество часов – 72 часа, из них аудиторных занятий – 34 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 20 часов; семинарских занятий – 14 часов. *Формы текущей аттестации* по учебной дисциплине – дифференцированный зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1 Коммуникативные технологии, подходы к их классификации

Различия дефиниций “коммуникативный” и “коммуникационный”. Коммуникативные технологии с точки зрения постулатов эффективной коммуникации. Классификации коммуникативных технологий.

Модель коммуникативной технологии. Высокоинтенсивные и низкоинтенсивные коммуникативные технологии. Симметрия и асимметрия коммуникативных технологий. Исследование, планирование в коммуникативной технологии, оценка ее эффективности.

Тема 2 Коммуникативное пространство и его организация

Символическая организация. Визуальная организация. Мифологическая организация. Событийная организация. Коммуникативная организация и уровни коммуникативного пространства.

Структурные элементы коммуникативного пространства. Роль национальной культуры в формировании коммуникативных технологий. Феномен этноцентризма в коммуникации.

Типы коммуникаторов в организации коммуникативного пространства.

Уровни коммуникации: лингвистический, металингвистический, паралингвистический, синтетический, формирующие коммуникативное пространство.

Возможности воздействия на аудиторию через синтетический уровень коммуникаций. Инфографика как современный инструмент визуальных коммуникаций.

Тема 3 Виды коммуникации. Уровни коммуникации. Межличностная коммуникация

Структура коммуникативного действия: действующие лица; стратегия (поводы, цели и результаты), тактики и формы общения.

Действующие лица, стратегия (поводы, цели), формы общения. Выбор и разработка темы и подачи материала (вербальный уровень).

Типы коммуникации в зависимости от способа восприятия (невербальный уровень).

Роль языка в системе коммуникационных средств. Стратегия и тактика аргументации.

Кинесика, вокалика, физические характеристики, гаптика, проксемика, хрономика, артефакты, ольфактика и эстетика – как мощные вспомогательные средства в коммуникативной технологии.

Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации. Модели поведения в межличностном взаимодействии.

Эффекты восприятия и искажения в межличностной коммуникации

Аксиомы эффективной межличностной коммуникации. Приемы и способы эффективной коммуникации.

Тема 4 Коммуникация в малых группах

Понятие, виды и функции коммуникации в малых группах. Структура и динамика коммуникации в малых группах. Прагматика коммуникации в малых группах – аксиомы Пола Вацлавика.

Коммуникативные технологии в решении обсуждаемых группой проблем (эвристика, мозговой штурм, синектика, многомерные матрицы, высказывания по кругу и т.д.)

Модерация как коммуникативная технология. Этапы модерации. Содержание деятельности модератора. Возможности и ограничения в использовании модерации.

Эффекты искажения восприятия в групповой коммуникации.

Рекомендации по использованию визуализации в коммуникации малых групп.

Тема 5 Корпоративная коммуникация

Коммуникация как функция управления организацией. Виды коммуникации в организации.

Эффективность коммуникационных каналов организации и проблема информационной дисфункции.

Особенности маркетинговых коммуникативных технологий и коммуникативный микс. Управление событиями и событийный маркетинг как коммуникативные технологии.

Современные коммуникативные технологии в PR, рекламе; брендинг как коммуникативная технология.

Управление взаимоотношениями с клиентами, разработка “скрипта общения”.

Переговоры как коммуникативная технология.

Конфликты в деловом общении. Понятие и функции конфликта. Классификация конфликтов. Речевые конфликтогены, модели и тактики разрешения конфликта.

Информационно-коммуникационные технологии - корпоративные системы: MIS, CRM, MRM.

Тема 6 Массовая коммуникация

Структура и функции массовой коммуникации (СМИ), ее эффективность. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Теории массовой коммуникации.

Средства массовой информации в функциональном аспекте. Окно Овертона как программирование общества в средствах массовой коммуникации (СМК).

ТВ и внутренняя структура СМИ. Интернет как средство массовой коммуникации. «Законы жанра» для различных типов СМИ.

Пропагандистские модели в СМИ.

“Лидеры мнения” / мысли. Управление механизмами формирования новостей в СМИ и СМК. Функции “спиндоктора” и особенности коммуникативного пространства.

Тема 7 Политическая коммуникация

Коммуникативные технологии в политической сфере. Структура, средства, функции, модели политической коммуникации.

Политическая коммуникация в информационном обществе. Технологии воздействия.

Электоральная политическая коммуникация.

Интерфейс власти. Политический имидж и его особенности. Технология формирования имиджа.

Избирательная кампания как коммуникативная технология. Коммуникативные предвыборные технологии и модели формирования общественного мнения.

Слухи в политической коммуникации как коммуникативная технология.

Коммуникативные технологии психологической войны. Психологические операции и асимметрический характер информационного оружия.

Коммуникативное воздействие в условиях кризисных ситуаций.

Тема 8 Публичная коммуникация

Публичное выступление как коммуникативная технология. Формы, жанры публичной коммуникации. Особенности публичных выступлений.

Специфика речи (информационная, побуждающая, убеждающая, протокольная, торжественная).

Сущность и особенности влияния на социальные общности. Приемы и механизмы завоевания внимания аудитории. Ораторское искусство. Затруднения и страх публичного выступления и пути его преодоления.

Учебная, научная, деловая публичная коммуникация.

Публицистическая коммуникация. Интервью. Виды интервью. Этапы в технологии интервью. Методы обработки материалов интервью.

Дискуссия как форма общения и технология. Типичные недочеты в проведении дискуссии. Этапы классической (устной фронтальной дискуссии), эффективные приемы «запуска» дискуссии. Виды письменной дискуссии.

Традиционные формы групповых дискуссий: панельная дискуссия, круглый стол, форум-обсуждение, симпозиум, дебаты. Современные виды групповых дискуссий: «Линия огня», «Снежный ком», «Квадро», «Круг» и др. Технология «Дебаты»: история, правила проведения дебатов, роли спикеров и судей. Технологическая цепочка в проведении дебатов.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ СЕМИНАРЫ

**6 семестр
(14 ч.)**

СЕМИНАР 1

Тема 1 Коммуникативные технологии

- 1.1 Высокоинтенсивные и низкоинтенсивные; симметричные и асимметричные коммуникативные технологии, другие классификации.
- 1.2 Исследование, планирование, разработка коммуникативной технологии
- 1.3 Коммуникативные шумы и барьеры.
- 1.4 Эффективность коммуникативной технологии и оценка эффективности коммуникативного взаимодействия

Тема 2 Коммуникативное пространство и его организация

- 2.1 Характеристика и принципы организации коммуникативного пространства.
- 2.2 Символическая, визуальная, мифологическая и событийная организация коммуникативного пространства.
- 2.3 Синтетические виды коммуникации и возможности воздействия на аудиторию через технологии телевидения и интернет.
- 2.4 Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.

СЕМИНАР 2

ТЕМА 3. Виды коммуникации. Уровни коммуникации (вербальный и невербальный). Межличностная коммуникация

- 3.1 Структура коммуникативного действия: действующие лица (коммуникаторы и их типы); стратегии (поводы, цели и результаты), тактики и формы общения (вербальный уровень).
- 3.2 Уровни коммуникации и ее типы в зависимости от способа восприятия (слуховое, визуальное и кинестетическое восприятие).
- 3.3 Технология визуальной репрезентации. Визуальный контакт.
- 3.4 Приемы и способы эффективной межличностной коммуникации. Эффекты искажения восприятия в межличностной коммуникации.
- 3.5 Невербальные компоненты коммуникации. Правила конструктивного слушания.

ТЕМА 4. Коммуникация в малых группах

- 4.1 Коммуникационная структура и роли индивидов в малой группе. Прагматика коммуникации, виды структур и коммуникационных связей в малой группе.
- 4.2 Коммуникативные технологии в решении проблем в малой группе (эвристика, мозговой штурм, синектика, многомерные матрицы, высказывания по кругу и т.д.).
- 4.3 Модерация как коммуникативная технология. Этапы модерации. Содержание деятельности модератора. Возможности и ограничения в использовании модерации.
- 4.4 Эффекты искажения восприятия в групповой коммуникации. Способы минимизации искажений и их негативных последствий в групповой коммуникации.

СЕМИНАР 3

ТЕМА 5. Корпоративная коммуникация

- 5.1 Организация как целевая система. Корпоративная коммуникация и виды коммуникации в организации.
- 5.2 Эффективность коммуникационных каналов организации.
- 5.3 Проблема информационной дисфункции. Способы разрешения проблем дисфункции в корпоративной коммуникации.
- 5.4 Особенности маркетинговых коммуникативных технологий.
- 5.5 Управление событиями (event-management) и маркетинг событий (event-marketing) как коммуникативные технологии.
- 5.6 Современные коммуникативные технологии PR и рекламы.
- 5.7 Брендинг и ребрендинг как коммуникативная технология.
- 5.8 Этапы продвижения бренда и способы реализации брендинговых коммуникаций.
- 5.9 Коммуникативные технологии для управления взаимоотношениями с клиентами.
- 5.10 Конфликты в деловом общении. Понятие конфликтогена, виды и функции конфликтов. Динамика конфликта. Коммуникативные технологии разрешения конфликтных ситуаций.
- 5.11 Переговоры как коммуникативная технология.

СЕМИНАР 4

ТЕМА 6. Массовая коммуникация

- 6.1 Средства массовой коммуникации (СМК) и средства массовой информации (СМИ) как наиболее мощные коммуникативные и коммуникационные технологии XXI века. Особенности и внутренняя структура СМИ.
- 6.2 Теории массовой коммуникации.
- 6.3 «Законы жанра» для различных типов СМИ и пропагандистские модели.
- 6.4 Особенности технологий ТВ как средства массовой коммуникации.
- 6.5 Интернет как средство массовой коммуникации.
- 6.6 Агитация, пропаганда и контрпропаганда как массовые коммуникативные технологии убеждения. “Окно Овертона” как технология программирования общества в СМК.
- 6.7 Функции и роли “лидеров мнений / мысли” и “спиндоктора” в СМИ.

Тема 7 Политическая коммуникация

- 7.1 Электоральная политическая коммуникация и избирательная кампания как коммуникативные технологии.
- 7.2 Коммуникативные технологии формирования и изменения общественного мнения.
- 7.3 Коммуникативные технологии психологической войны. Психологические операции и асимметрический характер информационного оружия.
- 7.4 Антикризисные коммуникативные технологии и механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.

СЕМИНАР 5

Тема 8 Публичная коммуникация

- 8.1 Публичная коммуникация как коммуникативная технология. Особенности и функции публичных выступлений: речь, сообщение, доклад, лекция.
- 8.2 Специфика речи (информационная, побуждающая, убеждающая, протокольная, торжественная) и языковые особенности.
- 8.3 Влияние на социальные общности через публичное выступление. Роль ораторского искусства.
- 8.4 Деловая публичная коммуникация: цели, функции, формы и виды, коммуникационные каналы, критерии эффективности.

- 8.5 Публицистическая коммуникация. Интервью, его разновидности. Особенности медиа-интервью и интернет-интервью.
- 8.6. Этапы классической (устной фронтальной дискуссии), эффективные приемы «запуска» дискуссии. Виды письменной дискуссии (подготовленной и неподготовленной, фронтальной и групповой).
- 8.7 Групповые дискуссии в образовательных целях: «Ролевая дискуссия», «На линии огня», «Идейная карусель», «Мыслительные шапки», и пр.
- 8.8 Типичные затруднения в публичном выступлении и способы их преодоления.

СЕМИНАР 6

Тема 8 Публичная коммуникация

Выступления с самопрезентациями.

Каждая самопрезентация будет представлена на семинаре в форме устной публичной речи, продолжительностью не более 4 минут. Структура и содержание презентации – произвольные. Рекомендуется отразить аспекты личности по типу CV (автобиографии):

- основные биографические данные
- достижения
- навыки и знания
- сильные и слабые стороны характера
- профессиональные и карьерные цели.

В конце самопрезентации уместно вставить одно отличительное качество или запоминающийся факт биографии, выделяющий автора публичного выступления из массы других студентов.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

№ раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное	Формы контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные	Количество часов УСР				
						Лекции	ПЗ (СЗ)			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Коммуникативные технологии, подходы к их классификации	2		1					[1, 2, 3]	
2	Коммуникативное пространство и его организация	2		1					[1, 2, 3,]	
3	Виды коммуникации. Уровни коммуникации. Межличностная коммуникация	2		2		2	2		[1, 2, 3, 4, 5, 10]	Коллоквиум
4	Коммуникация в малых группах	2		2					[1, 2, 3, 5, 10, 16]	

5	Корпоративная коммуникация	4		2		2	2	[1, 2, 3, 9, 10, 11, 13]	Мини-проект
6	Массовая коммуникация	4		2			2	[1, 2, 3, 4, 7, 9, 11, 12, 14]	Проект
7	Политическая коммуникация	2		2				[1, 2, 3, 6, 8, 14, 15]	
8	Публичная коммуникация	2		2			2	[1, 2, 3, 4, 6, 11, 12]	Публичное выступление
	Всего часов	20		14		4	8		Дифференцированный зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Коммуникативные технологии»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет изучения специальной литературы, консультаций;
- подготовка к семинарским занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (коллоквиум, устные опросы и т.п.);
- разработка в письменной форме мини-проекта, проекта;
- подготовка в устной форме самопрезентации;
- подготовка к зачету.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Основы теории коммуникации / М. Б. Бергельсон, А. Л. Борисенко, Т. Д. Венедиктова и др. — Юрайт Москва, 2016. — 193 с. <https://istina.msu.ru/collections/28764594/>
2. Ильин, Е.П. Психология делового общения. — СПб.: Питер, 2017. — 270 с.
Иссерс, О.С. Дискурсивные практики нашего времени. Изд. 2-е, испр. М.: ЛЕНАНД, 2015. — 272 с.
3. Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г.Г. Почепцов. — М.: Рефл-бук, 2002. — 200с.

Дополнительная:

4. Баева, О. А. Ораторское искусство и деловое общение. Учеб. пособие. — 2-е изд., исправл. — Мн.: Новое знание, 2001. — 328 с.
Березин, В.М. Теория массовой коммуникации / В.М. Березин. — М.: РИП-холдинг, 1994. — 174 с.
5. Вацлавик, П. Психология межличностных коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. — СПб.: Речь, 2000. — 320с.
6. Галюк, И. В. Культура публичной речи : учебно-методическое пособие для ДПО / И. В. Галюк. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский юридический институт Академии Генеральной прокуратуры РФ, 2016. — 92 с.
7. Горошко, Е. И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры / Е. И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч.ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. — М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. — С. 9–53.
8. Грачев, М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. — Тула: Изд-во ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2011. — 172 с.
9. Дули Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя / пер. с англ. Минск: Попурри, 2015. — 336 с.
10. Ермакова, Е. Е. Коммуникативные технологии в сервисе [Электронный ресурс]: учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2016. — 424 с.
11. Панда, П. Тексты, которым верят. Коротко, понятно, позитивно. Питер. — 2019. — 265 с.
12. Ковалев А., Морев Б. Арсенал оратора: полный боекомплект. М.: Альпина Паблишер, 2012. — 197 с.
13. Пряхин, Н.Г. Философия бренда / Н.Г. Пряхин // Брендинг как коммуникативная технология XXI века. — СПб.: СПбЭУ, 2016. — С. 25–28.
14. Сарна, А. Образ и медиум: визуальный текст в массовой коммуникации. Минск: “Четыре четверти”, 2012. — 206 с.
15. Хубецова, З. Ф. Политическая коммуникация. Теория, образование, опыт : учеб. пос. / З. Ф. Хубецова ; науч. ред. С. Г. Корконосенко. — М. : ООО «Смелый дизайн» ; СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Ин-т «Высш. школа журн. и мас. коммуникаций», 2017. — 142 с.