

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

 В.Н.Шимов

“25” *ca* 2015 г.

Регистрационный № УД 1687-15 / баз.

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ В ОБЛАСТИ  
КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для магистрантов по специальности 1-26 81 05 «Маркетинг»

### **Составители:**

*Могиленских Н.П.*, заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования “Белорусский государственный экономический университет”, кандидат филологических наук, доцент.

*Залеская Н.А.*, старший преподаватель кафедры межкультурной экономической коммуникации учреждения образования “Белорусский государственный экономический университет”, магистр межкультурной коммуникации.

### **Рецензенты:**

*Завадская Е.А.*, доцент кафедры теории и практики перевода № 2 Учреждения образования “Минский государственный лингвистический университет”, кандидат филологических наук, доцент.

*Новик Н.А.*, заведующий кафедрой профессионально-ориентированной английской речи Учреждения образования “Белорусский государственный экономический университет”, кандидат филологических наук, доцент.

### **Рекомендована к утверждению:**

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования “Белорусский государственный экономический университет” (протокол № 4 от 14 ноября 2014 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования “Белорусский государственный экономический университет” (протокол № 3 от 18.02. 2015 г.).

Ответственный за редакцию: Могиленских Н.П.

Ответственный за выпуск: Могиленских Н.П.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Актуальность изучения учебной дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна».

Дисциплина «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» ориентирована не только на усвоение студентами определенной суммы знаний, но и на развитие навыка творческого и эффективного использования этих знаний в коммуникативной деятельности. Актуальность изучения этой дисциплины обусловлена тем, что коммуникативные компетенции – умение правильно интерпретировать коммуникативную ситуацию, выбирать роли и линию поведения согласно ситуации общения, использовать соответствующие контексту вербальные и невербальные средства общения, достигать коммуникативные цели, координировать свои коммуникативные действия с действиями собеседников и т.д. относятся к числу наиболее важных профессиональных качеств, особенно значимых в системе подготовки специалистов в области событийного маркетинга.

**Цели и задачи** учебной дисциплины «Коммуникативный дизайн (Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна)»

Основной **целью** курса является усвоения студентами знаний о коммуникации как объекте дизайна и процессе дизайна и конструировании коммуникации в сфере профессионального общения, связанной с событийным маркетингом. Данная цель предполагает также решение следующих **задач**:

а) усвоение знаний об основных характеристиках бизнес-дискурса и особенностях коммуникативного дизайна как подхода к пониманию коммуникации в бизнес-сфере;

б) выработка умения в различных коммуникативных ситуациях выбирать способы речевого поведения, обеспечивающие успешность профессионального общения;

в) выработка и закрепление навыков адекватной интерпретации речевого и невербального поведения и конструирования коммуникации в различных видах бизнес- и экономического дискурса.

Цели и задачи курса направлены на приобретение студентами необходимых коммуникативно-когнитивных *компетенций*, которые входят в следующие группы:

а) *академические* (лингвистические), обеспечивающие адекватную интерпретацию коммуникативного поведения в различных ситуациях бизнес-общения;

б) *социально-личностные*, связанные со способностью оценивать коммуникативные роли участников коммуникации и параметры коммуникативной личности в разных типах бизнес-коммуникации;

в) *профессиональные*, обеспечивающие эффективное применение полученных знаний, умений и навыков в практической профессиональной деятельности, связанной с событийным маркетингом.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Актуальность изучения учебной дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна».

Дисциплина «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» ориентирована не только на усвоение студентами определенной суммы знаний, но и на развитие навыка творческого и эффективного использования этих знаний в коммуникативной деятельности. Актуальность изучения этой дисциплины обусловлена тем, что коммуникативные компетенции – умение правильно интерпретировать коммуникативную ситуацию, выбирать роли и линию поведения согласно ситуации общения, использовать соответствующие контексту вербальные и невербальные средства общения, достигать коммуникативные цели, координировать свои коммуникативные действия с действиями собеседников и т.д. относятся к числу наиболее важных профессиональных качеств, особенно значимых в системе подготовки специалистов в области событийного маркетинга.

**Цели и задачи** учебной дисциплины «Коммуникативный дизайн (Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна)»

Основной **целью** курса является усвоения студентами знаний о коммуникации как объекте дизайна и процессе дизайна и конструировании коммуникации в сфере профессионального общения, связанной с событийным маркетингом. Данная цель предполагает также решение следующих **задач**:

а) усвоение знаний об основных характеристиках бизнес-дискурса и особенностях коммуникативного дизайна как подхода к пониманию коммуникации в бизнес-сфере;

б) выработка умения в различных коммуникативных ситуациях выбирать способы речевого поведения, обеспечивающие успешность профессионального общения;

в) выработка и закрепление навыков адекватной интерпретации речевого и невербального поведения и конструирования коммуникации в различных видах бизнес- и экономического дискурса.

Цели и задачи курса направлены на приобретение студентами необходимых коммуникативно-когнитивных *компетенций*, которые входят в следующие группы:

а) *академические* (лингвистические), обеспечивающие адекватную интерпретацию коммуникативного поведения в различных ситуациях бизнес-общения;

б) *социально-личностные*, связанные со способностью оценивать коммуникативные роли участников коммуникации и параметры коммуникативной личности в разных типах бизнес-коммуникации;

в) *профессиональные*, обеспечивающие эффективное применение полученных знаний, умений и навыков в практической профессиональной деятельности, связанной с событийным маркетингом.

Требования к уровню усвоения учебной дисциплины

В результате усвоения учебной дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» студенты должны *знать*:

- особенности коммуникативного дизайна как подхода к пониманию бизнес-коммуникации;
- характеристики бизнес- и экономического дискурса;
- факторы успешности профессионального общения;
- основные способы оптимизации профессиональной коммуникации в области событийного маркетинга;

*уметь*:

- выявлять релевантные признаки коммуникации в бизнес-дискурсе;
- определять факторы выбора того или иного типа речевого и невербального поведения в профессиональном общении;
- находить источники проблем и способы их решения, объяснять коммуникативные успехи и неудачи в организации события;
- анализировать и давать оценку эффективности коммуникации, предлагать возможные варианты повышения ее эффективности в бизнес-сфере;
- конструировать коммуникацию в различных типах бизнес-дискурса.

Методологической основой дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» является современное понимание коммуникации как социальной деятельности, осуществляемой в определенном контексте, являющейся объектом и процессом дизайна и выступающей как способ конструирования реальности.

Основными методами обучения являются объяснительно-иллюстративный, коммуникативные (дискуссия, мозговой штурм, дебаты), метод анализа ситуации (критический анализ и решение конкретных практических задач), проектный метод, игровые (ролевые, имитационные игры) и технология «кейс-обучения».

Изучение дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» будет содействовать формированию следующих академических компетенций:

- владеть базовыми знаниями и применять их в конкретных ситуациях;
- уметь работать самостоятельно;
- быть способным выдвигать новые идеи;

Изучение дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» будет содействовать формированию следующих профессиональных компетенций:

- владеть современными средствами телекоммуникаций;
- пользоваться глобальными информационными ресурсами.

Изучение дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» будет содействовать формированию следующих социально-личностных компетенций:

- быть способным к социальному взаимодействию;

## Требования к уровню усвоения учебной дисциплины

В результате усвоения учебной дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» студенты должны *знать*:

- особенности коммуникативного дизайна как подхода к пониманию бизнес-коммуникации;
- характеристики бизнес- и экономического дискурса;
- факторы успешности профессионального общения;
- основные способы оптимизации профессиональной коммуникации в области событийного маркетинга;

### *уметь*:

- выявлять релевантные признаки коммуникации в бизнес-дискурсе;
- определять факторы выбора того или иного типа речевого и невербального поведения в профессиональном общении;
- находить источники проблем и способы их решения, объяснять коммуникативные успехи и неудачи в организации события;
- анализировать и давать оценку эффективности коммуникации, предлагать возможные варианты повышения ее эффективности в бизнес-сфере;
- конструировать коммуникацию в различных типах бизнес-дискурса.

Методологической основой дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» является современное понимание коммуникации как социальной деятельности, осуществляемой в определенном контексте, являющейся объектом и процессом дизайна и выступающей как способ конструирования реальности.

Основными методами обучения являются объяснительно-иллюстративный, коммуникативные (дискуссия, мозговой штурм, дебаты), метод анализа ситуации (критический анализ и решение конкретных практических задач), проектный метод, игровые (ролевые, имитационные игры) и технология «кейс-обучения».

Изучение дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» будет содействовать формированию следующих академических компетенций:

- владеть базовыми знаниями и применять их в конкретных ситуациях;
- уметь работать самостоятельно;
- быть способным выдвигать новые идеи;

Изучение дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» будет содействовать формированию следующих профессиональных компетенций:

- владеть современными средствами телекоммуникаций;
- пользоваться глобальными информационными ресурсами.

Изучение дисциплины «Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна» будет содействовать формированию следующих социально-личностных компетенций:

- быть способным к социальному взаимодействию;

- понимать и воспринимать критические замечания и соответствующим образом корректировать свою позицию в случае их обоснованности;
- ясно формулировать собственную позицию, находить и четко обосновывать аргументы в ее защиту.

Всего часов по дисциплине – 26, из них всего часов аудиторных – 14, в том числе лекции – 4 часа, семинарские занятия – 10 часов.  
Рекомендуемая форма контроля – экзамен.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование раздела, темы	Объем часов	В том числе	
		лекции	семинарские занятия
Тема 1. Коммуникативный дизайн как один из подходов к пониманию общения. Язык и социальное взаимодействие как основа понимания коммуникативного дизайна.	4	2	2
Тема 2. Конструирование коммуникации в бизнес-дискурсе. Невербальная коммуникация в бизнес-дискурсе.	4	2	2
Тема 3. Конструирование аргументирования. Конфликты и способы их регулирования.	4	-	4
Тема 4. Коммуникативная кампания.	2	-	2
<b>Всего:</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>10</b>

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

**Тема 1. Коммуникативный дизайн как один из подходов к пониманию общения. Язык и социальное взаимодействие как основа понимания коммуникативного дизайна.**

Понятие «коммуникативный дизайн». Коммуникация как объект дизайна. Коммуникация как процесс дизайна. Взаимоотношение между коммуникацией и языком. Типы деятельности и их особенности по Левинсону.

**Тема 2. Конструирование коммуникации в бизнес-дискурсе. Невербальная коммуникация в бизнес-дискурсе.**

Целевые установки. Роли участников коммуникации. Особенности коммуникации на лексическом уровне, уровне речевого акта, уровне организации последовательности речевых действий, уровне общей организации коммуникативной ситуации и уровне социальных ролей. Типы невербальной коммуникации. Функции невербальных средств коммуникации. Роль невербальной коммуникации в бизнес-дискурсе.



**Тема 3. Конструирование аргументирования. Конфликты и способы их регулирования.**

Уолтон и типы диалогов. Конверсационное аргументирование. Типы конфликтов. Виды поведения в конфликтной ситуации. Стратегии регулирования конфликта. Посредничество при урегулировании конфликта.

**Тема 4. Коммуникативная кампания.**

Разработка коммуникативной кампании: цели, дизайн, коммуникативные принципы, предварительное тестирование, создание и распространение.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная:

1. *Aakhus, M.* Science court: A case study in designing discourse to manage policy controversy // Knowledge, Technology, and Policy. – Vol. 2. -- 1999. – P. 20-37.
2. *Aakhus, M.* Neither naïve nor normative reconstruction: Dispute mediators, impasse, and the design of argumentation // Argumentation: An International Journal on Reasoning. – Vol. 17. – 2003. – P. 265-290.
3. *Aakhus, M.* Communication as design // Communication Monographs. – Vol. 74. – 2007. – P. 112 – 117.
4. *Aakhus, M., Jackson, S.* Technology, interaction, and design // Handbook of language and social interaction / Ed. by K. Fitch and R. Sanders. -- Mahwah, NJ: Erlbaum, 2005. – P. 411-435.
5. *Jacobs, S., Aakhus, M.* What mediators do with words: Implementing three models of rational discussion in dispute mediation // Conflict Resolution Quarterly. – Vol. 20. – 2002. – P. 177-204.