

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой менеджмента

Протокол от «27» декабря 2021 г.

№ 6

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ  
компетентностного типа**

Б1.В.06 Модуль 3

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и  
частной сферах»  
квалификация выпускника: Бакалавр  
формы обучения: очная, заочная

Год набора - 2021

Новосибирск, 2021

**Автор(ы)–составитель(и):**

доцент кафедры менеджмента

Белая Елена Александровна

доцент кафедры менеджмента

Бондаренко Ирина Викторовна

преподаватель кафедры менеджмента

Иванова Марина Владимировна

доцент кафедры менеджмента

Матюнин Владимир Михайлович

заведующий кафедрой менеджмента

Симагина Ольга Владимировна

доцент кафедры менеджмента

Филиппов Дмитрий Викторович

Заведующий кафедрой менеджмента

Доктор экономических наук, доцент

Симагина Ольга Владимировна

## Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место модуля в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура модуля.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся модулю.....	19
5. Методические материалы по освоению модуля.....	31
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	32
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	36

## 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО МОДУЛЮ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

1.1. Модуль 3 Б1.В.06 обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции
ПКс-3	Способность к ведению и модерированию коммуникационных процессов в медиа-пространстве.

1.2. В результате освоения модуля у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компетенции	Результаты обучения
Создание и редактирование информационных ресурсов	ПКс-3	на уровне знаний: <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретических основ деловых коммуникаций;</li> <li>– технологии делового взаимодействия;</li> <li>– принципов деловой этики;</li> <li>– особенностей взаимодействия в медиа-пространстве;</li> <li>– принципов переговорного процесса;</li> </ul>
		на уровне умений: <ul style="list-style-type: none"> <li>– работы с сообществами в социальных медиа;</li> <li>– использовать технологии делового взаимодействия в управленческой практике;</li> <li>– эффективно планировать и реализовывать устные и письменные деловые коммуникации;</li> <li>– отстаивать позицию в ходе переговоров;</li> </ul>
		на уровне навыков: <ul style="list-style-type: none"> <li>– устных и письменных деловых коммуникаций;</li> <li>– коммуникации в медиа-пространстве;</li> <li>– ведения деловых переговоров.</li> </ul>

1.3. Последовательность освоения компонентов компетенции в структуре модуля

Наименование раздела в структуре модуля	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции	Кафедра, отвечающая за формирование компонента компетенции
<b><i>Блок теоретического обучения</i></b>			
Деловые коммуникации	ПКс-3.2	Способность осуществлять деловые коммуникации в профессиональной деятельности.	Менеджмента
Управление сообществом в социальных медиа	ПКс-3.4	Способность управлять коммуникационным	Менеджмента

		процессом в социальных медиа	
Деловой этикет	ПКс-3.1	Способность использовать представления об этикетных нормах средств деловых коммуникаций для расширения возможностей эффективного общения в цивилизованной деловой среде.	Менеджмента
<b>Блок практической подготовки</b>			
Ведение переговоров	ПКс-3.3	Владение правилами и принципами ведения переговорного процесса.	Менеджмента

## 2. ОБЪЕМ И МЕСТО МОДУЛЯ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Общий объем модуля в зачетных единицах 11, 297 астрономических часов, 396 академических часов.

Количество академических часов **очной формы** обучения, выделенных: на контактную работу с преподавателем - 182 часа (66 часов лекций, 116 часов практических (семинарских) занятий); на самостоятельную работу обучающихся – 214 часов;

Количество академических часов **заочной формы** обучения, выделенных: на контактную работу с преподавателем - 56 часов (18 часов лекций, 38 часов практических (семинарских) занятий); на самостоятельную работу обучающихся – 324 часа;

Место модуля в структуре образовательной программы:

В рамках модуля 3 осваивается ПКс-3 «Способность к ведению и модерированию коммуникационных процессов в медиа-пространстве.» на основе освоения УК, ОПК.

## 3. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА МОДУЛЯ

### *Очная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
<b>Блок теоретического обучения</b>								
	<b>Раздел 1. Деловые коммуникации</b>							
<b>1</b>	Понятие и сущность коммуникаций;	11	2		2		7	О

	составляющие коммуникационных технологий.							
2	Коммуникации в организации как система — инструмент для управления коллективом и репутацией внутри и во внешней среде. Коммуникации для нужд мотивации персонала. Коммуникации при формировании целей и задач организации, доведения информации руководства до сотрудников и наоборот, вовлечения сотрудников в активную производственную деятельность.	14	2		5		7	О
3	Виды коммуникаций в производственной деятельности. Вербальные и невербальные коммуникации, их значение для деятельности организации.	14	2		5		7	О
4	Коммуникации в системе управления. Роль коммуникаций во взаимодействии с государственными и муниципальными структурами власти.	15	2		5		8	КР

5	Формы коммуникаций в организации. Роль PR-специалистов в обеспечении коммуникационных потоков внутри и вне организации.	24	8		6		10	О
6	Требования к коммуникационной составляющей сотрудников PR-подразделений. Планирование деятельности.	21	5		6		10	О
7	Этические аспекты коммуникации в связях с общественностью.	16	2		5		9	Д
<b>Раздел 2. Управление сообществом в социальных медиа</b>								
1	Социальные медиа как коммуникативная среда	6	2				4	Нет
2	Сервисы социальных медиа	10	2		2		6	Обсуждение
3	Создание социальных объектов в сети Интернет	7	2		2		3	Обсуждение
4	Основные принципы и задачи Community Management	7	2		2		3	Нет
5	Разработка стратегии продвижения сообщества в социальных медиа	7	2		2		3	Решение кейсов
6	Продвижение и реклама в социальных медиа	7	2				3	Нет
7	Успешные практики построения	5			2		3	Обсуждение

	сетевых сообществ							
8	Управление репутацией сообщества	7	2		2		3	Решение кейсов
9	Коммуникативные приёмы работы с репутацией сообщества	7	2				3	Обсуждение
10	Управление конфликтами в социальных медиа				2		3	нет
11	Основы маркетинга в социальных медиа	5			2		3	Обсуждение
12	Цифровая гигиена	5			2		3	нет
<b>Раздел 3. Деловой этикет</b>								
1	Этика деловых отношений: понятие, сущность, принципы	15	2		4		8	Устный опрос Написание эссе
2	Этика взаимоотношений руководителя и подчиненного	15	2		5		8	Решение кейсов Тесты
3	Этика деловых отношений на государственной службе	15	2		5		8	Практическое задание
4	Деловые встречи и переговоры	15	3		5		8	Устный опрос
5	Внешний облик делового человека	16	3		5		8	Подготовка докладов
6	Основные правила делового этикета	16	3		5		8	Устный опрос Тесты
7	Международный этикет	16	3		5		8	Подготовка докладов
<b>Всего по блоку 1</b>		<b>288</b>	<b>50</b>		<b>86</b>		<b>152</b>	
<b>Блок практической подготовки</b>								
<b>Раздел 1. Ведение переговоров</b>								
1	Ключевые понятия переговорного процесса и коммуникативные навыки в переговорах	15	2		4		8	О/Тренинг

2	Основные этапы переговоров	15	2		4		9	О/Кейс
3	Деловые переговоры как способ разрешения проблем и достижения договоренностей. Убеждающее воздействие в процессе переговоров	15	2		4		9	О/Тренинг
4	Переговоры как технология разрешения конфликтов и споров	15	2		4		9	О/ДИ
5	Медиация как технология альтернативного разрешения конфликтов и споров: субъекты и виды медиации, принципы, инструменты и эффективность медиации	16	2		4		9	О/Тренинг
6	Роли, задачи и функции медиатора. Профессиональная этика и профессиональная культура медиатора	16	3		5		9	Э/ДИ
7	Процедура медиации и ее этапы. Цели и задачи медиатора на каждом этапе процедуры медиации	16	3		5		9	О/Тренинг
<b>Всего по блоку 2</b>		<b>108</b>	<b>16</b>		<b>30</b>		<b>62</b>	
<b>Всего по модулю:</b>		<b>396</b>	<b>66</b>		<b>116</b>		<b>214</b>	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Формы заданий текущего контроля успеваемости: контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д).

### *Заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	
<b><i>Блок теоретического обучения</i></b>						
	<b>Раздел 1. Деловые коммуникации</b>					
<b>1</b>	Понятие и сущность коммуникаций; составляющие коммуникационных технологий.	12	1	1	10	О
<b>2</b>	Коммуникации в организации как система — инструмент для управления коллективом и репутацией внутри и во внешней среде. Коммуникации для нужд мотивации персонала. Коммуникации при формировании целей и задач	14	1	1	12	О

	организации, доведения информации руководства до сотрудников и наоборот, вовлечения сотрудников в активную производственную деятельность.							
<b>3</b>	Виды коммуникаций в производственной деятельности. Вербальные и невербальные коммуникации, их значение для деятельности организации.	12			2		10	О
<b>4</b>	Коммуникации в системе управления. Роль коммуникаций во взаимодействии с государственными и муниципальными структурами власти.	14			1		13	КР
<b>5</b>	Формы коммуникаций в организации. Роль PR-специалистов в обеспечении коммуникационных потоков внутри и вне организации.	18	1		2		15	О
<b>6</b>	Требования к коммуникационной составляющей сотрудников PR-подразделений. Планирование деятельности.	18	1		2		15	О
<b>7</b>	Этические аспекты коммуникации в связях с общественностью.	16			1		15	Д

	<b>Раздел 2. Управление сообществом в социальных медиа</b>							
1	Социальные медиа как коммуникативная среда	5	2				3	Нет
2	Сервисы социальных медиа	5	2				3	Обсуждение
3	Создание социальных объектов в сети Интернет	5			2		3	Обсуждение
4	Основные принципы и задачи Community Management	3					3	Нет
5	Разработка стратегии продвижения сообщества в социальных медиа	6			2		4	Решение кейсов
6	Продвижение и реклама в социальных медиа	8					6	Нет
7	Успешные практики построения сетевых сообществ	6	2				4	Обсуждение
8	Управление репутацией сообщества	6			2		4	Решение кейсов
9	Коммуникативные приёмы работы с репутацией сообщества	6			2		4	Обсуждение
10	Управление конфликтами в социальных медиа	8					8	нет
11	Основы маркетинга в социальных медиа	6			2		4	Обсуждение
12	Цифровая гигиена	8					6	нет
	<b>Раздел 3. Деловой этикет</b>							
<b>1</b>	Этика деловых отношений: понятие,	15	1		1		13	Устный опрос Написание эссе

	сущность, принципы							
<b>2</b>	Этика взаимоотношений руководителя и подчиненного	15	1		1		13	Решение кейсов Тесты
<b>3</b>	Этика деловых отношений на государственной службе	15			1		13	Практическое задание
<b>4</b>	Деловые встречи и переговоры	15	1		1		13	Устный опрос
<b>5</b>	Внешний облик делового человека	16			1		14	Подготовка докладов
<b>6</b>	Основные правила делового этикета	16	1		1		14	Устный опрос Тесты
<b>7</b>	Международный этикет	16					14	Подготовка докладов
<b>Всего по блоку 1</b>		<b>288</b>	<b>14</b>		<b>26</b>		<b>236</b>	
<b>Блок практической подготовки</b>								
	<b>Раздел 1. Ведение переговоров</b>							
<b>1</b>	Ключевые понятия переговорного процесса и коммуникативные навыки в переговорах	15	1		1		12	О/Тренинг
<b>2</b>	Основные этапы переговоров	15			1		12	О/Кейс
<b>3</b>	Деловые переговоры как способ разрешения проблем и достижения договоренностей. Убеждающее воздействие в процессе переговоров	15	1		2		12	О/Тренинг
<b>4</b>	Переговоры как технология разрешения конфликтов и споров	15			2		13	О/ДИ
<b>5</b>	Медиация как технология альтернативного	16	1		2		13	О/Тренинг

	разрешения конфликтов и споров: субъекты и виды медиации, принципы, инструменты и эффективность медиации							
<b>6</b>	Роли, задачи и функции медиатора. Профессиональная этика и профессиональная культура медиатора	16	1		2		13	Э/ДИ
<b>7</b>	Процедура медиации и ее этапы. Цели и задачи медиатора на каждом этапе процедуры медиации	16			2		13	О/Тренинг
<b>Всего по блоку 2</b>		<b>108</b>	<b>4</b>		<b>12</b>		<b>88</b>	
<b>Всего по модулю:</b>		<b>396</b>	<b>18</b>		<b>38</b>		<b>324</b>	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Формы заданий текущего контроля успеваемости: контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д).

## Содержание блока теоретического обучения

### Раздел 1. Деловые коммуникации

## **Тема 1. Понятие и сущность коммуникаций; составляющие коммуникационных технологий**

Коммуникации: определения, виды. Коммуникативная составляющая общественной жизни; значение коммуникаций в жизни общества и его институтов; коммуникация и управление. Сущность и составляющие коммуникационного процесса; структура коммуникационного процесса: источник и получатель; канал, язык, коды; функции и цели. Историческая эволюция понимания коммуникаций и их роли в управлении и обществе вообще. Виды коммуникации – социальная, массовая, деловая, публичная, их особенности и специфика.

**Тема 2. Коммуникации в организации как система — инструмент для управления коллективом и репутацией внутри и во внешней среде** Коммуникации для нужд мотивации персонала. Коммуникации при формировании целей и задач организации, доведения информации руководства до сотрудников и наоборот, вовлечения сотрудников в активную производственную деятельность.

Коммуникации в организации: виды и подходы к управлению коммуникационными схемами. Система управления коммуникационными потоками/коммуникациями как основа управления деятельностью организации. Классификация коммуникационных потоков в организации; выбор коммуникационных технологий применительно к потокам. Информация и коммуникация, их соотношение. Значение формальных коммуникаций в работе организации; регулирование формальных коммуникаций: технологии, методы, средства. Роль неформальных коммуникаций в организации: значение, риски, методика выявления, управление.

**Тема 3. Виды коммуникаций в производственной деятельности. Вербальные и невербальные коммуникации, их значение для деятельности организации**

Вербальные и невербальные коммуникации в деловой/производственной сфере. Факторы, определяющие формирование устойчивых коммуникативных потоков и систем. Виды невербальных коммуникаций, их значение для организации. Использование невербальных коммуникаций PR-специалистами. Особенности коммуникационных барьеров; барьеры как помеха в работе PR-специалиста; пути преодоления барьеров.

**Тема 4. Коммуникации в системе управления. Роль коммуникаций во взаимодействии с государственными и муниципальными структурами власти**

Виды коммуникационных механизмов влияния общества на управление. Методы влияния общества на государство. Информационно-коммуникационное обеспечение разработки и принятия государственных и административных решений. Информационная модель разработки решения. Характеристика прямых и обратных информационных потоков при разработке государственных решений.

**Тема 5. Формы коммуникаций в организации. Роль PR-специалистов в обеспечении коммуникационных потоков внутри и вне организации**

Совещание, переговоры, дискуссии, диспуты, дебаты, прения: типовые особенности, этапы, роль в коммуникационной стратегии компании и PR-составляющей. Задачи PR-специалиста для при формировании коммуникативных потоков и различных коммуникаций. Значение публичных коммуникационных мероприятий (дни открытых дверей, встречи с общественностью, общественные слушания, дебаты, диспуты) для репутации организации, вклад в публичные коммуникации PR-менеджера. Деловая переписка как форма коммуникаций и её роль в работе PR-подразделений и специалистов.

**Тема 6. Требования к коммуникационной составляющей сотрудников PR-подразделений. Планирование деятельности**

Специфика коммуникаций при двойственности положения работников PR-подразделений: выстраивание контактов внутри организации и за её пределами; коммуникации с руководством и персоналом; умение выстроить процессы коммуникации в интересах компании/организации с учётом потребностей целевых аудиторий.

**Тема 7. Этические аспекты коммуникации в связях с общественностью**

Нормы служебного поведения и компетенции социальной ответственности. Нормы коммуникативного кодекса и нравственно-этические компетенции. Культура речи и речевые компетенции.

## **Раздел 2. Управление сообществом в социальных медиа**

### **Тема 1. Социальные медиа как коммуникативная среда.**

История, развитие и принципы функционирования социальных медиа. Идеология социального Интернета. Принципы сетевой коммуникации. Особенности общения в социальных сетях. Использование сетевых медиа для решения профессиональных задач.

### **Тема 2. Сервисы социальных медиа.**

Коллективные и персональные блоги, микроблоги (LiveInternet, Twitter, My.ya, Habrahabr). Социально-тематические сети (Интернет-форумы). Новостные социальные сайты (News2). Интернет-хосты (Picasa, Flickr, Flamber, Rutube, Youtube). Социальные сайты вопросов и ответов. Аудио и видео подкасты (Russian Podcasting, PodFM, LibSyn). Wiki-сервисы (Letopisi, Wikipedia). Социальные закладки (Zakladki.tomsk, Memori, Bobrdobr, Del.icio.us, Rumarz, Moemesto). Фолксномия. Тэги. Сетевые онлайн-игры (Second Life, Lively, World of Warcraft). Социальные сети (Facebook, MySpace, ВКонтакте, Одноклассники).

### **Тема 3. Создание социальных объектов в сети Интернет.**

Конструирование социальной реальности. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента. Принципы формирования сетевого сообщества. Пользовательский текст, мультимедиа контент. Социальная сеть как капитал социального объекта. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.

### **Тема 4. Основные принципы и задачи Community Management.**

Общее понятие об управлении сообществом в социальных сетях. Основные подходы к формированию сообщества активных и лояльных пользователей (участников деятельности). Выявление лидеров, закрепление их позиции в сообществе. Разработка стратегии развития сообщества.

### **Тема 5. Разработка стратегии продвижения сообщества в социальных медиа.**

Анализ целевой аудитории, социальное потретирование потенциального участника сообщества. Анализ траффика и контента конкурентов. Определение собственного преимущества или уникального предложения. Маркетинговые инструменты продвижения сообщества.

### **Тема 6. Продвижение и реклама в социальных медиа.**

Роль сетевого сообщества в продвижении товаров и услуг. Возможности сетевых медиа в формировании спроса. Особенности различных сетевых площадок в работе с рекламным продуктом. Таргетирование рекламы в социальных медиа. Сервисы автоматизации продвижения.

### **Тема 7. Успешные практики построения сетевых сообществ.**

Общие принципы разработки контент-плана успешных сетевых сообществ. Продающий и вовлекающий контент в социальных сетях. Работа с обратной связью, построением внутренней архитектуры сообщества как факторы успешности. Анализ типичных приёмов повышения активности сетевого сообщества.

### **Тема 8. Управление репутацией сообщества.**

Общее понятие о цифровой репутации и её источниках. Факторы формирования репутации и возможности целенаправленной работы по её укреплению. Анализ аккаунтов, целенаправленная работа с лидерами мнений. Формирование медиаплана как инструмента управления репутацией в социальных медиа.

### **Тема 9. Коммуникативные приёмы работы с репутацией сообщества.**

Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории. Типичные пользователи различных сетевых медиа и их особенности. Выбор лингвистических средств

общения в сетевых медиа на основе особенностей аудитории. Приёмы мотивации к общению, вовлечения в диалог, осуществления выбора. Работа с негативом.

#### **Тема 10. Управление конфликтами в социальных медиа.**

Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. Рекомендации по решению конфликтов в сети прямого участия. Рекомендации по решению конфликта в Сети косвенного участия. Различные тактики реагирования во взаимосвязи с поставленными целями управления сообществом. Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: общее понятие, причины, динамика распространения. Последствия для жертвы. Методы предупреждения и устранения.

#### **Тема 11. Основы маркетинга в социальных медиа.**

Виды монетизации интернет-проектов. Что такое SMM и как его вести. Три основных показателя эффективности в SMM. Что такое UTM метки и как их использовать. Поисковое продвижение для социальных сетей.

#### **Тема 12. Цифровая гигиена.**

Персональные данные как основной капитал личного пространства в цифровом мире. Профиль пользователя. Анонимные социальные сети. Использование паролей в социальных медиа. Виды аутентификации. Понятие приватности и конфиденциальности относительно информации в социальных медиа.

### **Раздел 3. Деловой этикет**

#### **Тема 1. Этика деловых отношений: понятие, сущность, принципы**

Понятие, сущность этики деловых отношений. Этические принципы и нормы в деловых отношениях. Виды этики.

#### **Тема 2. Этика взаимоотношений руководителя и подчиненного**

Общие закономерности межличностных отношений. Морально-психологический климат в коллективе. Управленческая этика: взаимоотношения руководителя и подчиненного.

#### **Тема 3. Этика деловых отношений на государственной службе**

Государственная служба: этические основы и этикет. Этические принципы, нормы и качества государственного служащего. Нормативное регулирование этики служащего.

#### **Тема 4. Деловые встречи и переговоры**

Правила подготовки и проведения деловой беседы. Этические нормы телефонного разговора. Правила проведения собеседования. Этические особенности проведения переговоров с деловыми партнерами. Правила подготовки и проведения деловых совещаний.

#### **Тема 5. Внешний облик делового человека**

Внешность делового человека. Одежда и аксессуары делового человека. Визитная карточка.

#### **Тема 6. Основные правила делового этикета**

Этикет приветствий и представлений. Рукопожатие. Поведение в общественных местах, официальных учреждениях и организациях. Искусство комплимента. Правила вручения подарков.

#### **Тема 7. Международный этикет**

Понятие международного этикета. Стил и культура международных протокольных мероприятий. Особенности этикета различных народов.

### **Содержание блока практической подготовки**

#### **Раздел 1. Ведение переговоров**

##### **Тема 1 Ключевые понятия переговорного процесса и коммуникативные навыки в переговорах**

Переговоры как форма коммуникации. Основные подходы к ведению переговоров, «жесткие» переговоры, переговоры с позиции интересов, позиционные переговоры,

манипулятивные переговоры, Гарвардская школа переговоров. Ключевые понятия переговорного процесса. Основные принципы переговорного процесса. Санкционированные и несанкционированные переговоры за расширенным столом и их влияние на переговорный процесс. Этика переговорного процесса. Использование манипулятивных техник в переговорах. Классификация переговоров, основные и дополнительные функции переговоров. Стадии коммуникативного процесса и их роль в переговорах. Коммуникативные техники как инструмент эффективного ведения переговоров. Вербальные и невербальные средства самовыражения личности в переговорном процессе. Распознавание скрытых мотивов и интересов партнера. Значение выявления истинных интересов в переговорах.

### **Тема 2. Основные этапы переговоров**

Основные этапы переговоров. Особенности целей и взаимодействия на каждом этапе. Анализ движения по этапам в переговорном процессе. Специфика работы переговорщика на каждом этапе. Особенности работы на каждом этапе подготовки.

Подготовка к переговорам. Оценка ситуации основные подходы к урегулированию. Составление схемы подготовки к переговорам. Проверка готовности участников к переговорам. Три этапа реализации переговоров: 1) Взаимное уточнение точек зрения, интересов сторон; 2) Обсуждение (выдвижение предложений, их рассмотрение и обоснование). 3) Согласование интересов и выработка договоренностей. Разработка и внесение предложений по урегулированию проблем. Динамика предложения от начального к предельному; сигнальное предложение и его роль в переговорах; стратегия выбора уступок; способы расширения понимания проблемы для преодоления тупиковых ситуаций в переговорах; соглашение по итогам переговоров.

### **Тема 3. Деловые переговоры как способ разрешения проблем и достижения договоренностей. Убеждающее воздействие в процессе переговоров**

Создание доверительной атмосферы переговоров, способствующей эффективной работе и психологической безопасности. Актуальные проблемы и типичные трудности в процессе ведения переговоров. Структурная сложность и динамика переговоров. Вертикальные и горизонтальные переговоры. Управление изменениями во время переговоров.

Основные принципы, лежащие в основе убеждающего воздействия в переговорах. Подготовка почвы для убеждающего воздействия, формирование «базы влияния». Основные стратегии убеждающего воздействия – давление, притяжение, дистанцирование. Тактика и методы воздействия в рамках каждой стратегии. Манипулятивные техники в переговорах – суть манипуляций, техники распознавания манипуляций и противодействия манипуляциям.

### **Тема 4. Переговоры как технология разрешения конфликтов и споров**

Понятие конфликта, типология конфликтов. Причины конфликтов в организациях: производственно-технологические, экономические, управленческие, социально-психологические. Межличностные и межгрупповые конфликты. Показатели конфликтной ситуации в трудовом коллективе: масштаб, длительность, новизна или типичность конфликта, функциональность или дисфункциональность конфликта. Основные стадии возникновения и развития конфликтной ситуации. Поведенческая реакция на конфликт. Стили конфликтного поведения, преимущества и ограничения. Критерии выбора стиля поведения в ходе переговоров. Основные подходы к разрешению проблем. Преимущества и ограничения переговоров с позиции сотрудничества.

Пути профилактики и выхода из конфликтных ситуаций. Социально-психологический климат в коллективе: понятие, структура, факторы, диагностика. Признаки здорового психологического климата в трудовой группе. Типы отношений в коллективе с точки зрения социально-психологического климата. Критерии выбора стиля поведения в ходе переговоров. Основные подходы к разрешению проблем. Преимущества и ограничения переговоров с позиции сотрудничества и компромисса

### **Тема 5. Медиация как технология альтернативного разрешения конфликтов и споров: субъекты и виды медиации, принципы, инструменты и эффективность медиации**

Понятие медиации, предмет и методы альтернативного разрешения споров. Преимущества и недостатки медиации. Мировая практика медиации. Правовая основа медиации в РФ. Медиация как переговоры с участием медиатора по принятию решения, устраивающему обе стороны. «Метод принципиальных переговоров» (Р.Фишера и У.Юри) и концепция посредничества (У. Линкольна) как основа медиации. Виды медиации. Прямая и косвенная медиация. Формальная или официальная медиация. Неформальная, неофициальная медиация. Формы посредничества (Мириманова М. С.): 1) медиация; 2) фасилитация; 3) примирение; 4) арбитраж.

Принципы медиации. Конфиденциальность. Добровольность. Нейтральность и беспристрастность третьей стороны. Ответственность сторон за принятие решений. Открытость («прозрачность»). Равноправие сторон. Выравнивание объема времени работы с обеими сторонами. Факторы, влияющие на успешность процедуры медиации. Инструменты медиации, их виды и значение. Целесообразность применения отдельных инструментов в процедуре медиации. Оценка эффективности медиации.

### **Тема 6. Роли, задачи и функции медиатора. Профессиональная этика и профессиональная культура медиатора**

Роли третьей стороны в конфликте и в процедуре медиации: третейский судья, арбитр, посредник, помощник и наблюдатель (Анцупов А. Я., Шипилов А. И.). Социальные роли медиатора: социальные работники, психологи, консультанты и т.д. Требования, предъявляемые к медиатору. Функции медиатора в процессе медиации. Организация работы медиатора. Этические принципы медиации. Этические, нравственные аспекты технологии медиации. Ответственность медиатора. Этический кодекс и профессиональная этика медиатора - конфликтолога. Ценности медиатора. Профессиональные компетенции медиатора. Правовая защищенность специалиста и клиента. Профессиональный долг медиатора.

### **Тема 7. Процедура медиации и ее этапы. Цели и задачи медиатора на каждом этапе процедуры медиации**

Факторы, влияющие на успешность процедуры медиации. Медиация и психология. Восприятие и коммуникации в медиации. Значение этапов в медиации. Три основных этапа медиации: инициация поиска согласия; налаживание переговорного процесса; участие в переговорном процессе; наблюдение за выполнением соглашений. Эффективность участия третьей стороны в урегулировании спорных моментов. Цели и задачи первой (подготовительной) стадии медиации. Основная стадия процесса медиации (медиационная сессия). Цели и задачи второй стадии медиации. Третья (постмедиационная) стадия медиации. Цели и задачи третьей стадии медиации. Формулирование договоренности/соглашения. Подписание медиативного соглашения. Реализация договоренностей, контроль за их исполнением.

## **4. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО МОДУЛЮ**

**В ходе реализации модуля используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
<b><i>Блок теоретического обучения</i></b>	
<b>Раздел 1. Деловые коммуникации</b>	

Понятие и сущность коммуникаций; составляющие коммуникационных технологий.	Устные ответы на вопросы
Коммуникации в организации как система — инструмент для управления коллективом и репутацией внутри и во внешней среде. Коммуникации для нужд мотивации персонала. Коммуникации при формировании целей и задач организации, доведения информации руководства до сотрудников и наоборот, вовлечения сотрудников в активную производственную деятельность.	Устные ответы на вопросы
Виды коммуникаций в производственной деятельности. Вербальные и невербальные коммуникации, их значение для деятельности организации.	Устные ответы на вопросы
Коммуникации в системе управления. Роль коммуникаций во взаимодействии с государственными и муниципальными структурами власти.	Написание контрольной работы
Формы коммуникаций в организации. Роль PR-специалистов в обеспечении коммуникационных потоков внутри и вне организации.	Устные ответы на вопросы
Требования к коммуникационной составляющей сотрудников PR-подразделений. Планирование деятельности.	Устные ответы на вопросы
Этические аспекты коммуникации в связях с общественностью.	Диспут
<b>Раздел 2. Управление сообществом в социальных медиа</b>	
Социальные медиа как коммуникативная среда.	Нет
Сервисы социальных медиа.	Решение кейсов
Создание социальных объектов в сети Интернет.	Опрос (Устная презентация)
Основные принципы и задачи Community Management.	Решение кейсов
Разработка стратегии продвижения сообщества в социальных медиа.	Обсуждение
Продвижение и реклама в социальных медиа.	Решение кейсов
Успешные практики построения сетевых сообществ.	Обсуждение
Управление репутацией сообщества.	Обсуждение
Коммуникативные приёмы работы с репутацией сообщества.	Решение кейсов
Управление конфликтами в социальных медиа.	Решение кейсов
Основы маркетинга в социальных медиа.	Обсуждение
Цифровая гигиена.	Обсуждение
<b>Раздел 3. Деловой этикет</b>	
Этика деловых отношений: понятие, сущность, принципы	Устные ответы на вопросы Написание эссе
Этика взаимоотношений руководителя и подчиненного	Работа в группе по выполнению кейсового задания Решение тестов
Этика деловых отношений на государственной службе	Работа в группе по выполнению практического задания

Деловые встречи и переговоры	Устные ответы на вопросы
Внешний облик делового человека	Представление доклада в устном виде
Основные правила делового этикета	Устные ответы на вопросы Решение тестов
Международный этикет	Представление доклада в устном виде
<b>Блок практической подготовки</b>	
<b>Раздел 1. Ведение переговоров</b>	
Ключевые понятия переговорного процесса и коммуникативные навыки в переговорах	Опрос/Тренинг
Основные этапы переговоров	Опрос/Кейс
Деловые переговоры как способ разрешения проблем и достижения договоренностей. Убеждающее воздействие в процессе переговоров	Опрос/Тренинг
Переговоры как технология разрешения конфликтов и споров	Опрос/Деловая игра
Медиация как технология альтернативного разрешения конфликтов и споров: субъекты и виды медиации, принципы, инструменты и эффективность медиации	Опрос/Тренинг
Роли, задачи и функции медиатора. Профессиональная этика и профессиональная культура медиатора.	Эссе/ Деловая игра
Процедура медиации и ее этапы. Цели и задачи медиатора на каждом этапе процедуры медиации	Опрос/ Тренинг

### **Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по Блоку теоретического обучения**

Полный перечень материалов текущего контроля находится на кафедре менеджмента

#### ***Раздел 1. Деловые коммуникации***

##### **Типовые вопросы для подготовки к устным опросам**

1. Понятие и сущность коммуникационных технологий
2. Роль и значение коммуникации в организации
3. Виды коммуникаций в производственной деятельности
4. Роль коммуникаций во взаимодействии с государственными и муниципальными структурами власти.
5. Формы коммуникаций в организации.
6. Роль PR-специалистов в обеспечении коммуникационных потоков внутри и вне организации.
7. Требования к коммуникационной составляющей сотрудников PR-подразделений. Планирование деятельности.
8. Этические аспекты коммуникации в связях с общественностью.

##### **Типовые вопросы для подготовки к диспуту**

1. Эффективность традиционных форм коммуникации PR-подразделений или новых средств и медиа (пресс-конференция/пресс-релиз vs мессенджеры),
2. Роль PR-подразделений в успехе вербальных коммуникаций в организации;
3. Эмоциональные аспекты коммуникаций работников PR-структур (профилактика эмоциональных выгораний и срывов).

## Типовые темы контрольной работы

1. Значение коммуникаций в жизни общества и его институтов;
2. Историческая эволюция понимания коммуникаций и их роли в управлении и обществе;
3. Система управления коммуникациями как основа управления деятельностью организации;
4. Вербальные и невербальные коммуникации в деловой сфере;
5. Факторы, определяющие формирование устойчивых коммуникативных потоков и систем;
6. Особенности коммуникационных барьеров;
7. Виды коммуникационных механизмов влияния общества на управление;
8. Методы влияния общества на государство;
9. Информационно-коммуникационное обеспечение разработки и принятия государственных и административных решений;
10. Информационная модель разработки решения.

### *Раздел 2. Управление сообществом в социальных медиа*

**Тема 2.** Сервисы социальных медиа. – Решение кейсов (Примерные кейсы: Сравните две социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники», определите их общие и особенные черты; приведите пример новостного сервиса, который, на ваш взгляд, использует возможности сетевого сообщества для своего продвижения и объясните, как это происходит)

**Тема 3.** Создание социальных объектов в сети Интернет. – Опрос (Устная презентация) (Рассказ о сетевом сообществе, которое вызывает интерес (участником которого являюсь))

**Тема 4.** Основные принципы и задачи Community Management. – Решение кейсов (Примерные кейсы: Проанализируйте любое сетевое сообщество и на его примере опишите особенности лидеров, механизмы развития, принципы функционирования; разработайте стратегию по формированию и развитию сетевого сообщества по конкретному виду деятельности)

**Тема 5.** Разработка стратегии продвижения сообщества в социальных медиа. – Обсуждение (Какие стратегии продвижения сообщества считаются наиболее эффективными? Как можно выявить потребность аудитории для формирования уникального предложения?)

**Тема 6.** Продвижение и реклама в социальных медиа. – Решение кейсов (Примерные кейсы: Приведите пример рекламы в социальных медиа, которая, на ваш взгляд наиболее точно использует таргетинг и объясните свою позицию; предложите стратегию продвижения конкретного товара (услуги) в социальных медиа)

**Тема 7.** Успешные практики построения сетевых сообществ. – Обсуждение (Какие примеры сетевых сообществ вы считаете наиболее успешными? Какими общими чертами обладают успешные сетевые сообщества?)

**Тема 8.** Управление репутацией сообщества. – Решение кейсов (Примерные кейсы: Проанализируйте особенности репутации крупного сетевого сообщества и выявите приемы её укрепления; примерьте на себя роль лидера сетевого сообщества и сформулируйте цель формирования репутации сообщества)

**Тема 9.** Коммуникативные приёмы работы с репутацией сообщества. – Решение кейсов (Примерные кейсы: Найдите пример расхождения предлагаемого контента с

целевой аудиторией сообщества и предложите вариант, который соответствовал бы ЦА; спланируйте вариант привлечения участников на определённый контент по интересующей вас тематике)

**Тема 10.** Управление конфликтами в социальных медиа. – Решение кейсов (Примерные кейсы: Разработайте технологию профилактики конфликта в сетевом сообществе исходя из особенностей его целевой аудитории; продумайте возможные варианты реакции собеседника в социальных медиа на остро актуальные новости и найдите оптимальный вариант ответа, предупреждающий вероятный конфликт)

**Тема 11.** Основы маркетинга в социальных медиа. – Обсуждение (Как можно использовать приёмы маркетинга для развития сообществ в социальных медиа? Что нужно учитывать при продвижении сообщества в социальных медиа с точки зрения маркетинга?)

**Тема 12.** Цифровая гигиена. – Обсуждение (Что включает в себя цифровая гигиена? Почему в цифровом обществе возникло понятие кибербезопасности? Можно ли избежать проблемных ситуаций при использовании социальных медиа?)

### **Раздел 3. Деловой этикет**

#### **Типовые вопросы для проведения устного опроса:**

##### **Тема 1. Этика деловых отношений: понятие, сущность, принципы**

- Что является объектом деловой этики?
- Что понимается под этикой в широком смысле?
- Что является предметом изучения деловой этики?
- В чем заключается специфичность профессиональной деятельности государственного служащего?

##### **Тема 4. Деловые встречи и переговоры**

- Перечислите и раскройте основные правила подготовки и проведения деловой беседы.
- Каковы этические особенности проведения переговоров с деловыми партнерами?
- Перечислите и раскройте основные правила подготовки и проведения деловых совещаний.
- Перечислите и раскройте основные этические нормы телефонного разговора.
- Перечислите и раскройте основные правила проведения собеседования.

##### **Тема 6. Основные правила делового этикета**

- Чем отличается комплимент от лести?
- Перечислите основные правила комплиментов.
- Перечислите правила вручения подарков.

#### **Типовые темы докладов на семинарских занятиях**

##### **Тема 5. Внешний облик делового человека**

- Одежда и аксессуары делового мужчины
- Одежда и аксессуары делового мужчины
- Визитная карточка

##### **Тема 7. Внешний облик делового человека**

- Особенности этикета различных народов

#### **Типовой вариант кейса для студентов очной и заочной форм обучения**

*Цель кейс-стади:* анализ этичности поведения сотрудников в коммерческой организации.

*Ход работы:* прочитайте предложенный текст и оцените, насколько этически оправдано поведение сотрудников организации.

Двое сотрудников финансовой организации «Империал» проработали в ней

более семи лет, успешно выполняя задачи руководства и осуществляя собственную служебную карьеру. Им становится известно о серьезных финансовых махинациях, которые совершаются людьми, входящими в руководство организации. Свои подозрения они подкрепляют фактическим материалом, собранным ими в процессе собственных наблюдений. Не ставя в известность 17 других коллег и руководителя своей организации, добытые документы сотрудники отправляют в ведущие средства массовой информации. Опубликованный материал становится причиной возникновения крупного скандала в финансовой сфере, получившего общественный резонанс, а авторитету уважаемой ранее организации нанесен серьезный удар. Ее акции на финансовом рынке упали, ущерб составил пять миллионов рублей

### **Типовые практические задания**

Проанализируйте следующие документы:

- О государственной гражданской службе Российской Федерации : федер. закон № 79-ФЗ. от 27 июля 2004 г. – статья 18;
- Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих : указ Президента РФ от 12.08.2002 № 885;
- Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих  
схематично покажите как этические принципы государственного служащего раскрываются в данных документах через конкретные требования, правила и нормы.

### **Типовые тестовые задания для студентов очной и заочной форм обучения**

#### **Феномен казуальной атрибуции:**

Когда успехи подчиненного объясняются внешними причинами, а неудачи - внутренними, а в отношении себя, наоборот, успехи коллектива ставятся в заслугу руководителю, а просчеты — в вину подчиненным\*

«Одномерность» восприятия своих подчиненных, перенесение критики отдельных недостатков в работе подчиненного на его личность

Пренебрежение к такому фактору, как характерологические особенности и различия между мужчинами и женщинами.

#### **Качества руководителя, которые могут служить источником напряженности во взаимоотношениях с коллективом:**

Безапелляционность, игнорирование подчиненных\*

Слишком большая разница в образовании, жизненном опыте с подчиненными

Агрессивность\*

Строгость и требовательность

Неспособность к эмпатии\*

Феномен казуальной атрибуции\*

#### **Основные элементы положительного морально-психологического климата:**

Удовлетворенность работников своим положением и отношениями в коллективе \*

Конкуренция

Уверенность в защите, поддержке и помощи со стороны руководства \*

Либеральный стиль руководства

Чувство безопасности\*

Демократический стиль руководства \*

#### **Приветствие в деловом этикете на первое место ставит:**

Возраст

Пол

Статус\*

#### **Смысл древнего обычая при приветствии подавать правую руку:**

Предложение дружеских отношений

Показать, что в ней нет оружия \*

Предложение поделить добычей

**Подходя для приветствия, протянуть руку для рукопожатия необходимо:**

В последний момент, когда уже подошел к человеку \*

Заранее, пройти немного с протянутой для приветствия рукой, демонстрируя уважение

Не имеет значения

**Представляющий, для того чтобы иметь право кого-либо представить кому-либо, обязан:**

Знать того, кого собирается представлять

Знать того, кому собирается представлять

Знать обоих \*

Не оговаривается в правилах

**Знакомя мужчину с женщиной, первым необходимо представить:**

Женщину мужчине

Мужчину женщине \*

Имеющего более высокий статус

**Знакомя людей разного возраста, первым представляют:**

Младшего по возрасту старшему \*

Старшего по возрасту младшему

Того, кого лучше знает представляющий

**Мужчине, приветствующему женщину необходимо снимать:**

Любой головной убор

Любой головной убор, кроме кепки

Только шляпу \*

Не стоит снимать вообще

#### Типовые темы эссе

1. Нравственный человек – это...
2. Основные нравственные проблемы современного общества

#### Типовые задания и вопросы электронного семинара

1. Разработайте стратегии поведения со следующими типами собеседников:

Характеристика собеседника	Как вести себя с подобным партнером?
Человек, которого мало заботит этикет. Он может не отвечать на обращенные к нему вопросы, стремится сразу овладеть инициативой и подавить активность партнера. Его настрой можно уловить по осанке, мимике, репликам и жестам. Они резки, напористы, нетерпеливы, несколько агрессивны.	
Человек, который включается с вами в общение не сразу. Он долго к Вам приглядывается, слушает внимательно, говорит не спешно. Фразы строит обстоятельно, стремится точно передавать свои мысли, он не терпит, чтобы его перебивали или слушали не внимательно.	
Человек, для которого общение – его стихия. Он почти всегда к нему готов. Он искренне уверен в своей способности понять любого человека. Он стремится быть полезным, очень внимателен к окружающим и хочет такого же внимания к себе. Чтобы привлечь к себе внимание, нередко бывает эксцентричным. Чаще всего, он говорит открыто и искренне.	

2. Ситуация: вот уже несколько месяцев, как вы являетесь новым руководителем отдела. Один из сотрудников говорит вам: «Я, конечно, не хочу вас критиковать, но ваш предшественник умел найти подход своим сотрудникам».

Вы говорите: ...

3. Ситуация:

На сегодняшнее утро вы для беседы вызвали подчиненного, который часто опаздывает на работу. Вы по стечению обстоятельств задержались дома и пришли на работу с опозданием. Подчиненный ждет вас. Как вы поведете себя?

1. Одним из вариантов деловой беседы является собеседование при устройстве на работу. Основная цель отборочного собеседования – это получение ответов на вопросы: сможет ли кандидат выполнять данную работу, заинтересован ли в ней, подходит ли для нее. Для кандидата на вакантную должность основная цель – получить работу. Для максимально эффективного достижения поставленной цели и интервьюеру и интервьюируемому необходимо соблюдать ряд этических правил.

Сформулируйте по пять правил для обеих сторон при отборочном собеседовании.

2. Какова будет ваша реакция на предложенные ситуации:

<b>Пример некорректного поведения собеседника</b>	<b>Ваши контрдействия</b>
Оппонент ссылается на мнения ученых, цитирует их. Особенно опасно, если он намеренно цитирует неправильно и просит поправить его.	
Оппонент изводит вас репликами вроде: «С чего это вы взяли?», «Вы повторяетесь».	
Вместо выдвижения конкретных возражений, оппонент ссылается на ваши прежние промахи, имевшие место несколько месяцев, а то и лет назад.	
Оппонент апеллирует к разнице в возрасте между ним и вами. Если он старше вас, то может отклонять ваши аргументы, ссылаясь на недостаточность вашего опыта; если он моложе вас, то может заявить, что ваше мнение уже устарело.	

3. Сформулируйте по пять правил для обеих сторон при отборочном собеседовании по следующим критериям:

<b>Критерий</b>	<b>Интервьюер</b>	<b>Интервьюируемый</b>
Внешний вид		
Выбор вербальных средств коммуникации		
Эмоциональная составляющая		
Поза, жесты, мимика		
Информативность реплик		
Этичность поведения		

### Типовые тестовые задания в режиме «самопроверка»

#### Группы принципов деловой этики:

\*Общие и частные

Глобальные и индивидуальные

Нормативно закреплённые и незакреплённые

#### Автор термина «этика»:

Платон

Сократ

\*Аристотель

#### Важнейшие моральные принципы:

\*Принцип коллективизма

\*Принцип индивидуализма

\*Принцип гуманизма

Принцип конформизма

\*Принцип альтруизма

\*Принцип толерантности

Принцип эгоцентризма

#### Элементы этики деловых отношений:

\*Моральные нормы общества

Система стимулирования персонала

\*Культура управления

\*Деловая философия

Юридические и правовые акты

**Принцип этики, согласно которому стремление к наслаждению и избежанию страданий является естественным правом человека:**

Принцип конфликта интересов

\*Гедонистический принцип

Принцип целесообразности

#### Принцип, провозглашающий отсутствие привилегий в связи с профессией:

Принцип коллегиальности

Гедонистический принцип

\*Принцип конфликта интересов

#### Второе название просодических средств

Содержательные

Двигательные

Экстралингвистические\*

Эвристические

Интонационные

#### Средства общения, выражающие статусно-ролевые отношения

проксемические

просодические

такесические\*

#### Средства выразительности общения

Жестикуляция

Вербальные\*

Разговорные

Невербальные\*

Осязательные

#### Факторы правильности вербального речевого воздействия

Сочетание вербального и невербального

Установление контакта с собеседником\*

Содержание речи\*

Использование элитарной культуры речи

Дикция и акцент

Языковое оформление\*

Расположение информации\*

**Часть беседы, которая запоминается ярче всего**

Середина беседы

Ключевые моменты беседы

Начало и конец беседы\*

**Наиболее распространенные ошибки телефонного разговора**

Монолог вместо диалога, отсутствие обратной связи\*

Расплывчатая цель разговора\*

Стороны не пришли к соглашению

**Данный тип собеседников на критику реагирует агрессивно, у них притуплено чувство самокритики, считают себя во всем правыми, а свое поведение безупречным**

«Кляузник»

«Догматик»

«Лодырь»

«Связной»

«Индивидуалист» \*

### **Типовые темы контрольных работ (рефератов)**

- |  |  |
|--|--|
| 1. Деловая этика: принципы и теории.                                       | 17. Внешний облик женщин на государственной службе.                            |
| 2. Особенности деловой этики на государственной службе.                    | 18. Использование визитных карточек в деловом взаимодействии.                  |
| 3. Общение и его роль в развитии личности: этический аспект.               | 19. Этика приветствий и представлений.   |
| 4. Социально-психологические особенности межличностных отношений в группе. | 20. Этика подготовки и проведения переговоров.                                 |
| 5. Этикет и культура делового общения.                                     | 21. Этика подготовки и проведения деловой беседы, совещаний.                   |
| 6. Культура деловой речи: составляющие и развитие.                         | 22. Этические нормы телефонного разговора.                                     |
| 7. Правила вербального этикета.  | 23. Руководитель и подчиненный: этика взаимоотношений.                         |
| 8. Использование невербальных средств выразительности в деловой речи.      | 24. Правила конструктивной критики и восприятия критики.                       |
| 9. Основные виды и приемы делового спора.                                  | 25. Этика взаимоотношений с трудным руководителем.                             |
| 10. Аргументация в деловой речи.   | 26. Правила и искусство приема посетителей.                                    |
| 11. Приемы контраргументации в деловом споре.                              | 27. Этикет руководителя.   |
| 12. Искусство публичного выступления.                                      | 28. Выставки, ярмарки: нормы этикета.  |
| 13. Презентация: сущность и особенности проведения.                        | 29. Этика рекламы.   |
| 14. Официально-деловой стиль и его применение в деловом общении.           | 30. Этика бизнеса.   |
| 15. Особенности деловой (служебной) переписки.                             | 31. Культура деловых приемов.  |
| 16. Внешний облик мужчин на государственной службе.                        | 32. Этикет письменного делового общения и обмена деловой информацией по факсу. |
|  | 33. Сувениры и подарки в деловой сфере.  |

## **Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся по Блоку практической подготовки**

### **Раздел 1. Ведение переговоров**

Примерные вопросы для подготовки к опросу:

1. Ключевые понятия переговорного процесса.
2. Этика переговорного процесса.
3. Основные подходы и методы к изучению переговоров.
4. Основные стадии переговоров.
5. Основные и дополнительные функции переговоров.
6. Какие трудности могут возникнуть на каждом этапе переговоров.
7. Стилль принятия решений в переговорах "ловушки" на пути принятия решений.
8. Плюсы и минусы технологий подготовки переговоров: BATNA, ZOPA.
9. Формат подготовки переговорного предложения.
10. Какие основные функции переговорщика на каждом этапе
11. Актуальные проблемы и типичные трудности в процессе ведения переговоров.
12. Вертикальные и горизонтальные переговоры.
13. Управление изменениями во время переговоров.
14. Манипулятивные техники в переговорах
15. Основные принципы, лежащие в основе убеждающего воздействия в переговорах
16. Причины конфликтов в организациях.
17. Межличностные и межгрупповые конфликты.
18. Показатели конфликтной ситуации в трудовом коллективе
19. Основные стадии возникновения и развития конфликтной ситуации.
20. Пути профилактики и выхода из конфликтных ситуаций.
21. Признаки здорового психологического климата в трудовой группе.
22. Основные подходы к разрешению проблем в переговорах
23. Медиация как переговоры с участием медиатора
24. Виды медиации.
25. Прямая и косвенная медиация.
26. Формальная или официальная медиация.
27. Ответственность сторон за принятие решений.
28. Факторы, влияющие на успешность процедуры медиации.
29. Оценка эффективности медиации.
30. Мировая практика медиации, зарубежный опыт.
31. Значение этапов в медиации.
32. Эффективность участия третьей стороны в урегулировании спорных моментов.
33. Цели и задачи каждой стадии медиации.
34. Реализация договоренностей, контроль за их исполнением.
35. Примерные темы для написания эссе:
36. Медиатор – это третейский судья или посредник?
37. Медиация в переговорах: плюсы и минусы.
38. Эффективная медиация в переговорах: миф или реальность.
39. Этические принципы медиации
40. Профессиональный долг медиатора.

### **Примеры практических заданий<sup>1</sup>**

#### **Кейс**

---

<sup>1</sup> Черняк Т.В. Игровые технологии в подготовке HR-менеджера: междисциплинарный подход: практикум /Т.В. Черняк РАНХиГС, Сиб. ин-т упр.-2-е изд., испр. и доп.- Новосибирск: Изд-во СибАГС,2018.- 220с.

В первое время Григорий Михайлович был очень доволен вновь нанятым администратором: Лиза с удовольствием выполняла работу в салоне красоты, общалась с клиентами и персоналом, все ее любили. Но затем появились тревожные сигналы: во-первых, упала производительность труда парикмахеров и специалистов по маникюру. Вместо 25-30 клиентов за смену, как это было раньше, они успевали обслужить 10-12.

Люди часами сидели в очереди, чтобы попасть к специалисту, который в это время беседовал с Лизой. Очень часто Григорий Михайлович не мог дозвониться до салона. Он решил, что это звонят новые клиенты, но, к его удивлению, количество клиентов неуклонно снижалось.

Лиза с восторгом стриглась в салоне и делала маникюр, объясняя это тем, что хочет быть «настоящим лицом салона».

Григорий Михайлович наблюдал, как она 20-25 минут беседует с одним клиентом, а на его замечание Лиза заметила, что «просто хочет быть вежливой». На ее рабочем столе лежит масса атрибутов красавицы: зеркала, косметика, кремы и т.п., но журнал учета заказов, который потребовал директор, Лиза искала полчаса. Уволить Лизу просто так без причины Григорий Михайлович не мог, т.к. все работники салона заступились за нее. Тогда директор решил пригласить консультанта по управлению персоналом.

Ольга, прежде всего, провела переговоры с Лизой и Григорием Михайловичем.

Какие альтернативные решения она должна предложить, проведя переговоры со всеми участниками конфликта?

### Тренинг медиации<sup>2</sup>

Конфликт произошел между двумя сестрами - Ольгой и Галиной по поводу покупки квартиры. Галина переехала к Ольге на постоянное место жительства и попросила ее в мае 2020 года помочь купить ей квартиру в течение года. Ольга получила от сестры 35 000 долларов на покупку трехкомнатной квартиры, о чем была составлена расписка в получении денег. Также Галиной была подготовлена доверенность с правом совершать Ольге действия по приобретению квартиры.

После этого Галина временно уехала к матери. В мае 2021 году Галина узнала, что покупка квартиры задерживается, так как деньги были вложены сестрой в строительство нового дома. Договор долевого строительства был заключен от имени Галины. Сдача дома состоится в декабре 2021 года.

У Галины возникли подозрения в нечестности сестры. Она считала, что ее деньги используются сестрой в личных целях (для получения прибыли).

Получение квартиры задерживается уже в течение полугода, так как она рассчитывала въехать в новую квартиру в мае 2021года. Отношения сестер обострились, возник конфликт, который углублялся с каждым днем.

Сестры приняли решение обратиться к медиатору для разрешения конфликта.

**Задание:** проведите процедуру медиации, учитывая особенности работы медиатора на каждом этапе.

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО МОДУЛЮ

Код компетенции	Наименование компетенции	Ключевой индикатор освоения компетенции
ПКс-3	Способность к ведению и модерированию	ПКс-3.1: Демонстрирует знания норм делового этикета,

<sup>2</sup> Черняк Т.В. Игровые технологии в подготовке HR-менеджера: междисциплинарный подход: практикум /Т.В. Черняк РАНХиГС, Сиб. ин-т упр.-2-е изд., испр. и доп.- Новосибирск: Изд-во СибАГС,2018.- С.158.

	коммуникационных процессов в медиа-пространстве.	соответствует нормам делового этикета
		ПКс-3.2: Речь уверена, грамотна, уместна. Студент демонстрирует навыки деловой коммуникации с использованием норм и правил.
		ПКс-3.3: Демонстрирует аргументированность, умение работать с возражениями.
		ПКс-3.4: Демонстрирует навыки управления сообществ и модерации в социальных сетях, использует функции настроек, приёмы и методы для увеличения охвата и увеличения активности.

### **Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации**

Не используются. Промежуточная аттестация производится по дисциплинам, входящим в модуль.

### **Шкала оценивания**

Не используется. Шкала оценивания используется по дисциплинам, входящим в модуль.

## **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОСВОЕНИЮ МОДУЛЯ**

При изучении модуля применяются разнообразные лекции, практические занятия, выполнение практических заданий по темам и контрольной работы по курсу, самостоятельная работа с источниками и др.).

Студентам рекомендуется вести две специальные тетради: для записи основных положений лекций и для самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям.

В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждого раздела модуля. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала, даются рекомендации по выполнению заданий к практическим занятиям.

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной и контрольной работ, а также к промежуточной аттестации по модулю.

Практические занятия позволяют более детально проработать наиболее важные темы модуля. Целью практических занятий является закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельной работы, контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы занятия.

Подготовку к занятиям следует начинать с ознакомления с содержанием темы, вопросами к теме, подбора рекомендованной литературы. Затем необходимо перечитать запись лекции, соответствующие разделы учебных изданий, соответствующие нормативные акты, статьи в журналах.

Подготовка к практическим занятиям осуществляется студентами самостоятельно с использованием научной и учебной литературы и необходимых правовых источников. На практических занятиях у студентов формируются навыки публичного выступления, анализа материала, умение грамотно и обоснованно отвечать на поставленные вопросы и

применять полученные теоретические знания к практическим ситуациям, а также умение решать практические задания (задачи).

Для получения глубоких теоретических знаний и практических навыков студентам рекомендуется посещать лекции, активно участвовать в практических занятиях, вовремя выполнить контрольную работу. Поставленные перед занятиями цели могут быть достигнуты лишь при систематической работе студентов над изучением дисциплины.

При необходимости в период самостоятельной подготовки студенты могут получить индивидуальные консультации преподавателя по модулю.

## **7. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

### **7.1. Основная литература**

1. Гейтс, Б. Бизнес со скоростью мысли : [пер. с англ.] / Б. Гейтс, К. Хемингуэй, И. Кудряшова; при участии К. Хемингуэя ; [переводчики: И. Кудряшова, Е. Подольный, В. Савельев, Н. Шахова]. - Изд. 2-е, испр. - Москва : ЭКСМО-Пресс, 2001. - 477 с. - ISBN 5-04-006117-X. — То же электрон. версия на сайте URL: [http://www.enrus.ru/files/249/Bill\\_Gates\\_biznes\\_so\\_skorostju\\_misli.pdf](http://www.enrus.ru/files/249/Bill_Gates_biznes_so_skorostju_misli.pdf) (дата обращения: 09.10.2020). Всего 2 экз.
2. Коноваленко, В.А. Основы интегрированных коммуникаций [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академ. бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Электрон. дан. - Москва: Юрайт, 2016. — 486 с. - Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/CCFAF39E-5EEE-45A9-9A6B-5DBFED967E67>, требуется авторизация (дата обращения : 07.08.2016). – Загл. с экрана.
3. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью : теория и технологии: учеб. для студентов вузов по специальности 350400 «Связи с общественностью» / В. Ф. Кузнецов; Ин-т гуманитар. образования (ИГУМО). – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Москва: Аспект Пресс, 2008. – 302 с.
4. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникатив. стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – Москва: Аспект Пресс, 2011. – 198 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8968>, требуется авторизация (дата обращения : 08.08.2016). – Загл. с экрана.
5. Скинер К. Цифровой человек. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 304 с.

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Адизес, И. К. Управляя изменениями: как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни / И. К. Адизес; пер. с англ. В. Кузина. - 4-е изд. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. - 352 с. - ISBN 978-5-00100-510-0. Всего 5 экз.
2. Бажданова, Ю. В. Этика и психология деловых отношений [Электронный ресурс] : хрестоматия / Ю. В. Бажданова. — Электрон. дан. — Москва : Евраз. открытый ин-т, 2011. — 464 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/11138>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.
3. Васильев, Н.Н. Тренинг профессиональных коммуникаций в психологической практике / Н. Н. Васильев. – Санкт-Петербург: Речь, 2005. – 283 с.
4. Головина, А. С. Деловые переговоры : стратегия победы : [монография] / А. С. Головина. — Санкт-Петербург : Питер, 2021. — 560 с. — (Серия «Бизнес-войны»). — ISBN 978-5-4461-9477-3. — URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/377387/reading> (дата обращения: 20.01.2022). — Режим доступа: электрон.-библ. система «ibooks.ru», требуется авторизация. [монография] 2021.

5. Горбачев, Г. Договаривайся, а не говори : техники управляемых переговоров : [монография] / Г. Горбачев, А. Пожарская, Р. Хоменко. – Санкт-Петербург : Питер, 2019. – 208 с. – ISBN 978-5-00116-283-4. – URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/365310> (дата обращения: 20.01.2022). – Режим доступа: электрон.-библ. система «ibooks.ru», требуется авторизация. [монография] 2019.
6. Гринберг, Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергет. эффект: [монография] / Т. Э. Гринберг. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2012. – 323 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54633.html>, требуется авторизация (дата обращения: 29.07.2016). — Загл. с экрана.
7. Дагаева, Е. А. Деловые переговоры : учебное пособие / Е. А. Дагаева. — Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2019. — 116 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108077.html> (дата обращения: 20.01.2022). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация. учебное пособие 2019.
8. Дорошенко В. Ю. [и др.] Психология и этика делового общения [Электронный ресурс] : Учеб. пособие/В.Ю. Дорошенк; Юнити-Дана, 2015. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117118> (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.
9. Ермакова, Ж. Профессиональная этика и этикет : практикум [Электронный ресурс] : учеб. пособие к практическим занятиям / Ж. Ермакова, О. Тетерятник, Ю. Холодилина ; Оренбургский государственный университет. - Электрон. дан. - Оренбург : ОГУ, 2013. - 104 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259114>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.
10. Жирков, Р. П. Этика государственной службы и государственного служащего : учеб. пособие для студентов вузов / Р. П. Жирков, Л. Ю. Стефаниди. – Санкт-Петербург : Итермедиа, 2014. - 161 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/27999>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.
11. Забурдаева, Е.В. Политическая кампания: стратегии и технологии: учеб. для студентов вузов / Е. В. Забурдаева ; Моск. гос. ун-т междунар. отношений (Ун-т) МИД России. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 342 с. – То же [Электронный ресурс] – Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969>, требуется авторизация (дата обращения: 29.07.2016). – Загл. с экрана.
12. Камардина, А. А. Профессиональная этика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. А. Камардина ; Оренбургский государственный университет. - Электрон. дан. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2013. - 167 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258824>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.
13. Кеннеди, Г. Переговоры : полный курс : [монография] / Кеннеди Гэвин ; пер. Е. Виноградова ; под ред. Н. Нарциссовой. — 3-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 392 с. — ISBN 978-5-9614-4520-6. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86760.html> (дата обращения: 20.01.2022). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация. [монография] 2019.
14. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Упр. персоналом" / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова ; М-во образования и науки РФ, Гос. ун-т упр. - Изд. 2-е, испр. и доп. - Москва : Инфра-М, 2010. - 422 с.
15. Колмогорова, Н. В. Основы общей и профессиональной этики и этикет [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. В. Колмогорова ; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. - Омск : Издательство СибГУФК, 2012. - 276 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа :

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274600>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.

16. Коттон, Д. Ключевые модели для саморазвития и управления персоналом. 75 моделей, которые должен знать каждый менеджер / Д. Коттон ; перевод с английского В. Н. Егорова. — Москва : Лаборатория знаний, 2018. — 323 с. — ISBN 978-5-00101-600-7. — URL: <https://e.lanbook.com/book/107886> (дата обращения: 09.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Лань», требуется авторизация.

17. Крохина, Н. Б. Этика государственной и муниципальной службы : учеб. пособие для студентов всех форм обучения / Н. Б. Крохина, И. Ю. Парфенова, Г. А. Антипов ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2013. - 191 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.

18. Медиация как альтернативный способ разрешения споров (ADR): российский и зарубежный опыт : учебное пособие / Д. Г. Коровяковский, Е. А. Коротенкова, А. М. Рабец [и др.]. — Москва : РЕКЛАМА И ТОРГОВЛЯ, 2020. — 324 с. – ISBN 978-5-6044499-8-1. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43045518> (дата обращения: 20.01.2022). — Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.

19. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации - М.: Смартбук, 2008.

20. Профессиональная этика и служебный этикет [Электронный ресурс] : учебник / под ред. В. Я. Кикоть. - Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117054>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.

21. Флинн Н. Корпоративные блоги: правила поведения. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. - 320 с

22. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны»): учеб. пособие для изучения курсов «Основы теории коммуникации», «Социология коммуникации» / Ф. И. Шарков; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К, 2015. - 259 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14043>, требуется авторизация (дата обращения: 29.07.2016). – Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». – Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/93407>, требуется авторизация (дата обращения : 29.07.2016). – Загл. с экрана.

23. Шишкина, М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 1999. – 442с.

24. Шувалова, Н.Н. Служебное поведение государственного гражданского служащего: моральные основы: учеб.-практ. пособие / Н. Н. Шувалова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 379 с.

25. Этика деловых отношений [Электронный ресурс] : курс лекций : для студентов очной, очно-заочной и заочной форм обучения по направлению 38.03.03 Управление персоналом (авт. ред.) / сост. : И. Ю. Парфенова, В. Е. Черноскутов, И. М. Ступак. - Электрон. дан. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. - 223 с. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). - Загл. с экрана.

### **7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация**

1. Всеобщая декларация прав человека (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948) // Росс. газета, № 67, 05.04.1995.

2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с изменениями и дополнениями) // Рос. газ. – 2009. – 21 янв.

3. **«О муниципальной службе в Российской Федерации»:** Федеральный закон № 25-ФЗ от 02.03.2007 г. (ред. от 22.10.2013 с изменениями, вступившими в силу с 22.10. 2013) // Рос. газ. – 2007 – 7 марта.
4. **«О государственной гражданской службе Российской Федерации»:** Федеральный закон №79-ФЗ от 27 июля 2004г. // Рос. газ. – 2004 – 27 июля.
5. Указ Президента РФ от 12.08.2002 № 885 «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих».
6. Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих (одобрен решением президиума Совета при Президенте РФ по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 г. (протокол № 21) // Официальные документы в образовании, № 36, декабрь, 2011.

#### 7.4. Интернет-ресурсы

1. <http://mediastancia.com/> «Медиастанция / Mediastancia.com» — сетевое информационно-аналитическое издание, призванное отражать тенденции развития российского и мирового медиабизнеса. Интернет-портал ориентирован на широкий круг профессионалов медиарынка, работающих в таких областях как телекоммуникации, социальные медиа, радио, пресса, телевидение, киноиндустрия, fashion, шоу-бизнес, маркетинг, реклама связи с общественностью, политические технологии и др.
2. <http://rb.ru/Rusbase> — независимое издание о технологиях и бизнесе.
3. <http://supersales.ru/> Блог Тимура Асланова: управление продажами, управление компанией, маркетинг, PR
4. <http://www.cossa.ru/Cossa> — интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде.
5. <https://blog.pressfeed.ru/Pressfeed> — Блог о медиа и коммуникациях
6. <https://vc.ru/Vc.ru> — площадка для предпринимателей, где публикуются материалы о продвижении стартапов, новых технологиях работы с общественностью, роли социальных сетей и т.д.
7. КонсультантПлюс - надёжная правовая защита [Электронный ресурс]: офиц. сайт /Компания «КонсультантПлюс». – Электрон. дан. – Москва, 1997 – 2017. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный из локальной сети Сиб. ин-та управления РАНХиГС.
8. Официальный интернет-портал правовой информации: гос. система правовой информации [Электронный ресурс] / Федер. служба охраны Рос. Федерации. – Москва, 2015. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.
9. Работа с персоналом [Электронный ресурс]: электрон. журн. - [ М.], 2003 - 2015. – Режим доступа: <http://www.HR-Journal.ru>, частично платный.
10. РАНХиГС при Президенте РФ [Электронный ресурс]– Москва, 2015. – Режим доступа: <http://www.rane.ru/> – Загл. с экрана.
11. Сайт журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс] / Федер. служба охраны Рос. Федерации. – Москва, 2015. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru> свободный. – Загл. с экрана.
12. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : [электрон.-библиотеч. система] / О-во с огранич. ответственностью «Директ-Медиа». - [М.], 2001 - 2014. - Режим доступа : <http://www.biblioclub.ru>, требуется авторизация.
13. Университетская информационная система РОССИЯ [Электронный ресурс] : тематич. электрон. б-ка / Науч.-исслед. вычислит. центр МГУ; Автоном. некоммерч. организация «Центр информац. исслед.». – Электрон. дан. – М., 2000 – 2015. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>, требуется авторизация.
14. Управление персоналом [Электронный ресурс] : сайт журн. «Упр. персоналом» / Издат. дом «Упр. персоналом». – М., 2001 – 2015. - Режим доступа: <http://www.top-personal.ru>, свободный (дата обращения: 01.08.2021)

15. Электронная библиотека [Электронный ресурс] // Административно-управленческий портал. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/library>, свободный (дата обращения: 01.08.2021).

### **7.5 Иные источники**

1. Kaputa Catherine. U R a brand: How smart people brand themselves for business success. – USA, 2014.
2. Кови С. Восемь навыков высокоэффективных людей.
3. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. – М.: Дело, 2001.
4. Талер Р. Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать.

## **8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий лекционного типа), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и кресла – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; экран; персональный компьютер; звуковая система; проектор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; персональный компьютер; телевизор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья - рабочие места обучающихся и преподавателя), доска аудиторная; персональные компьютеры моноблоки; проектор; веб-камера; экран. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе с рабочих мест обучающихся. Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows; пакеты лицензионных программ: MS Office, MS Teams, СПС КонсультантПлюс, лицензионное антивирусное программное обеспечение.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (Информационно-ресурсный центр) оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программное обеспечение: ОС Microsoft Windows, Пакет Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Microsoft Teams, лицензионное антивирусное программное обеспечение.