

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б3.В.ОД.7 «Межкультурные и деловые коммуникации»

Дисциплина «Межкультурные и деловые коммуникации» относится к дисциплинам профессионального цикла. Дисциплина реализуется на факультете гуманитарного образования СамГТУ кафедрой психологии и педагогики.

Целью освоения дисциплины «Межкультурные и деловые коммуникации» является формирование у студентов профессиональных компетенций, необходимых для осуществления организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности.

Задачами изучения дисциплины являются:

- получение знаний об особенностях делового стиля международной коммуникации в устной и письменной форме; знаний о стандартах и конвенциональных способах выражения, т.е. делового «канона» - традиционных норм и правил, как языковых (общепринятых типовых формулировок (лексико-фразеологический уровень), структурных параметров (грамматико-синтаксический уровень)), так и поведенческих (деловой этикет);

- приобретение умений анализировать информацию в англоязычных письменных и устных текстах делового характера (деловой корреспонденции, документации и устной речи в сфере делопроизводства, законодательства, юридических отношений и бизнеса); использовать языковые ресурсы англоязычного делового стиля в деловой корреспонденции, документации и устном деловом общении (в деловых письмах и документах, в т.ч. международных актах, юридических законах, постановлениях, уставах, инструкциях и т.д.);

- овладение навыками письменной деловой коммуникации – навыками использования стилистических ресурсов английского языка в стиле делового общения, навыками оформления реквизитов в деловой документации, контрактах, договорах, соглашениях, деловых письмах и проч., навыками анализа и составления документов для прессы на английском языке; овладение навыками устной деловой коммуникации (деловая речь) – навыками структурирования деловой беседы, представления информации перед аудиторией, ведения диалога на деловые темы и др.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины. В результате изучения дисциплины студент должен приобрести:

- знания об особенностях делового стиля международной коммуникации в устной и письменной форме; знания традиционных норм и правил (общепринятых типовых формулировок и структурных параметров устных и письменных текстов), знания о поведенческих нормах делового общения (деловой этикет);

- умение анализировать информацию в англоязычных письменных и устных текстах делового характера (деловые письма, документы и устная речь); использовать языковые ресурсы англоязычного делового стиля в деловой корреспонденции, документации и устном деловом общении;

- навыки письменной деловой коммуникации (оформление реквизитов в деловой документации, контрактах, договорах, соглашениях, деловых письмах и проч., навыки анализа и составления документов на английском языке); навыки устной деловой коммуникации (навыки структурирования деловой беседы, представления информации перед аудиторией, ведения диалога на деловые темы и др.).

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

- базовые навыки общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);
- владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основами делового общения, межкультурной коммуникацией, деловым общением в межкультурной среде, практическим употреблением языка в различных коммуникативных ситуациях, распознаванием и эффективным применением конкретных языковых приемов и средств в английском языке.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: **текущий контроль** в форме проверки домашних работ, рубежный по результатам текущей проверки знаний, промежуточный контроль в форме зачета и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (48 часов), самостоятельная работа студента (60 часов), экзамен (36 часов).