

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт мировой экономики и бизнеса

Рекомендовано МССН/МО

1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины ОСНОВЫ РИТОРИКИ И КОММУНИКАЦИЙ

Рекомендуется для направления подготовки/специальности 38.03.01 «Экономика»
(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)

**Направленность программы (профиль) «Международная экономическая
безопасность»**

(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины

Риторика – древняя наука, предполагающая практическое мастерство владения словом (искусство речи; ораторское искусство; мастерство публичных выступлений; публичной аргументации; искусство убеждения; искусство (навыки) аргументации; речевое воздействие) и пр. навыки, которыми должен обладать любой современный человек, как в личных, так и общественных коммуникациях.

Традиционно риторику преподают журналистам, потому что именно они являются массовыми коммуникаторами в обществе, а также юристам, которые должны эффективно выступать в судах с защитой или обвинениями, следовательно, безусловно владеть знаниями риторики. Можно с уверенностью утверждать, что в современных условиях экономисты, менеджеры любого звена, сотрудники крупных компаний, банков, как и рекламисты и специалисты в области связей с общественностью также обязаны обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для эффективного решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. При этом важно подчеркнуть, что в современных условиях *коммуникации* стали настолько технически развиты и диверсифицированы, что работа сегодняшних профессионалов и специалистов немислима без их способностей использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии, в том числе возможности социальных сетей, интерактивных технологий, коммуникационных программ и сетей.

При этом эффективные *коммуникации* разных уровней (личные коммуникации, профессиональные коммуникации, массовые коммуникации, экономические и политические коммуникации, а также мн. др.) – основа успеха любого индивида и общества в целом.

С учетом всего вышеизложенного, **основная цель** преподавания дисциплины «*Основы риторики и коммуникаций*» – выработка у обучающихся базисных коммуникационных навыков, а также освоение теоретических знаний, связанных с риторикой как научной и практической области знания и деятельности.

При этом, *важной задачей является формирования у студентов представления о том, как именно риторика и коммуникации должны использоваться в экономической деятельности, бизнесе (в частности, при проведении бизнес переговоров) и формировании корпоративной культуры.*

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- четко определить предмет и объект риторики и коммуникаций, а также их место в системе массовых коммуникаций, общества в целом и экономической деятельности;
- ознакомиться с основными терминами риторики и коммуникаций;
- кратко узнать об истории развития риторики и коммуникаций;
- рассмотреть распространенные виды риторики и коммуникаций;
- изучить виды и направления риторики и коммуникаций;
- номинативно изучить средства риторики;
- узнать о современных технических средствах и информационных технологиях, которые используются в экономической и бизнес деятельности;
- понять отличия риторики и коммуникаций от смежных понятий и дисциплин (например, чем массовые коммуникации отличаются от бизнес коммуникаций);
- научиться критически относиться к тексту (выступлению), понимая их практическую прикладную функцию.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к базовой (общепрофессиональной) части Профессионального цикла.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на **формирование следующих компетенций:**

- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способность использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах (УК-9);
- способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- определения понятия «риторика», а также его связь с такими терминами, как искусство речи; ораторское искусство; мастерство публичных выступлений; публичная аргументация; искусство убеждения; искусство (навыки) аргументации; речевая практика; речевое воздействие;
- основные исторические вехи развития риторики как самостоятельной дисциплины;
- понятие «коммуникация», а также его связь с такими терминами, как «массовая коммуникация»; «публичная коммуникация»; «социальная коммуникация», «межличностная коммуникация» и др.;
- некоторые теории и модели коммуникации, в частности, предложенную в 1948 г. американским политологом Гарольдом Лассуэлл (Lasswell) модель коммуникации, которая лежит в основе современных коммуникационных схем;
- охват и возможности современных технических средств современных коммуникаций;
- роль и возможности практического использования риторики и коммуникативных навыков в экономике и бизнесе.

Уметь:

- на практике отличать понятия, связанные с риторикой и коммуникацией;
- применять понятийно-категориальный аппарат, применительно к коммуникациям в бизнесе, экономическим процессам и явлениям, а также корпоративной культуре предприятий;
- ориентироваться в мировой экономике, политике и бизнесе в связи с их коммуникативными процессами, а также возможностями речевых коммуникаций, в которых используются риторические основы;
- анализировать коммуникативные процессы и явления, принятия стратегических и тактических решений на уровне организации/бренда/бизнеса и пр., в которых предстоит работать, то есть работать с бизнес-кейсами;
- самостоятельно использовать на практике знания основ риторики и коммуникаций.

Владеть:

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении, как на русском, так и английском языке;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии, что особенно актуально в бизнес коммуникациях;
- навыками сбора, анализа и интерпретации информации для принятия стратегических решений, работы в кризисных условиях, а также планирования и проведения запланированных корпоративных мероприятий;
- навыками практической риторики, групповых и межличностных коммуникаций;
- навыками использования современных технических средств и информационных технологий для решения коммуникативных задач бизнеса;
- умением представлять результаты собственных исследований в виде аналитических докладов, речей и мультимедиапрезентаций, в которых видны полученные навыки в области риторики и коммуникаций.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 **зачетные единицы (1 семестр)**.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
Аудиторные занятия (всего)	72				
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции					
Семинары (С), практические занятия	15				
Самостоятельная работа (всего)					
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)					
<i>Другие виды самостоятельной работы:</i>	<i>57</i>				
Подготовка творческой работы					
Самостоятельное изучение рекомендуемой литературы и повторение содержания Лекций					
Изучение отдельных вопросов семинаров для участия в дискуссиях					
Подготовка к рубежной и итоговой аттестациям					
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)					

Общая трудоемкость	часов	72				
	зачетных единиц	2				

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	<p>ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: (теоретические аспекты риторики и коммуникаций) История формирования риторики как области знания и деятельности; теории коммуникаций применительно к экономике и бизнесу</p>	<p>Тема 1. Определение “риторика”, его происхождение, взаимосвязь с другими понятиями и терминами. Искусство речи; ораторское искусство; мастерство публичных выступлений; публичная аргументация; искусство убеждения; искусство (навыки) аргументации; речевая практика; речевое воздействие применительно к экономике и бизнесу.</p> <p>Тема 2. Теории коммуникаций применительно к экономической деятельности и бизнесу. Понятия «массовая коммуникация»; «публичная коммуникация»; «социальная коммуникация», «межличностная коммуникация» и др.. Некоторые теории и модели коммуникации, в частности, предложенная в 1948 г. американским политологом Гарольдом Лассуэллом (Lasswell) модель коммуникации, которая лежит в основе многих современных коммуникационных схем. Понятие PR-сообщения (PR-message). Коммуникация и информация в бизнесе (передача и прием информации; источники информации; субъект и объект информации). Теории и модели коммуникаций, возможности их использования в экономике и бизнесе. Модель К. Шеннона и У. Уивера с точки зрения PR: источник → кодирование → сообщение → декодирование → получатель. Модель Г. Лассуэла (Lasswell): коммуникатор (communicator) → обращение (message) → носитель обращения (channel) → приемник (receiver) → эффект коммуникации (effect). Теории Г. М. Маклюэна (H. M. MacLuhan) др. Обзор некоторой литературы по теории коммуникаций. Возможности эффективного использования моделей коммуникаций в экономике и бизнесе.</p> <p>Тема 3. Функции риторики и коммуникаций, а также возможности их использования в различных отраслях бизнеса. Базисные функции риторики и коммуникаций в обществе:</p>

		<p>информационная; посредническая/медиаторная; побудительная/агитационная/стимулирующая; исследовательская; управленческая/регуляторная; воспитательная/обучающая/образовательная; имиджевая и др.</p> <p>Принципы классификации данных функций и их отражение в различных областях бизнеса.</p> <p>Тема 4. Методы и концепции риторики и коммуникаций в экономике и бизнесе. Понятие “метод” применительно к экономике и бизнесу. Анализ возможных коммуникационных методов: «информирование»; «патронирование»; «мотивирование»; «убеждение»; «провокация», «стимулирование» и др. Анализ различных ролевых концепций коммуникации: “производственник”; “сбытовик-рекламист”; “манипулятор” и др. Отражение различных концепций в разнообразных девизах, встречающихся в бизнесе, к примеру: «Мысли глобально, действуй локально» (Think Globally, Act Locally); «Клиент всегда прав» (Client Is a King) и др., их влияние на эффективность бизнес коммуникаций. Использование методов коммуникаций и концепций в различных областях бизнеса.</p> <p>Тема 5. Риторика и коммуникация как науки, навыки которых необходимо применять в бизнесе. <i>индивидуальное выступление</i> = речь (на защите; интервью СМИ; обращение к руководству/сотрудникам); доклад, лекция, агитация в пользу; критика товара/фирмы/услуги/продвигаемой личности и пр.. <i>диалогическая риторика</i> = дискуссии; дебаты и бизнес переговоры; использование методов убеждения при получении контракта, участии в тендере, получении заказа и пр.</p>
2.	ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: Использование практических навыков риторики и коммуникаций	<p>Тема 6. Отработка на практике (Темы 5): анализ образцов/примеров/кейсов, а также самостоятельное составление индивидуальных выступлений и отработка примеров диалогической риторики. <i>индивидуальное выступление</i> = речь (на защите; интервью СМИ; обращение к руководству/сотрудникам); доклад, лекция, агитация в пользу; критика товара/фирмы/услуги/продвигаемой личности и пр.. <i>диалогическая риторика</i> = дискуссии; дебаты и бизнес переговоры; использование методов убеждения при получении контракта, участии в тендере, получении заказа и пр.</p> <p>Тема 7. Выездное задание-тренинг, совмещающее в себе отработку широкого круга компетенций,</p>

		<p>связанных с риторикой и коммуникациями. Посещение федерального государственного бюджетного учреждения культуры Музея заповедника Горки Ленинские: http://mgorki.ru/ После экскурсии-лекции сотрудников музея, рассказывающих о выступлениях В.И. Ленина и партии большевиков, дискуссия, дебаты, обсуждение методов риторики и коммуникаций, которые повлияли на успех социализма в СССР.</p> <p>Тема 8. Практическое выполнение индивидуальных занятий/упражнений, отрабатывающих общие навыки индивидуальных выступлений и диалогической риторики. Выполнение задачек, связанных с коммуникациями в бизнесе, в которых на практике отрабатываются базисные навыки практической риторики и коммуникаций.</p>
--	--	---

5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин					
		1	2	3	4	5	6
1		+		+	+		+

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Семин	СРС	Всего час.
1.	ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: (теоретические аспекты риторики и коммуникаций) История формирования риторики как области знания и деятельности; теории коммуникаций применительно к экономике и бизнесу				
2.	ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: Использование практических навыков риторики и коммуникаций				
	Курсовая работа				
	ИТОГО:				

6. Лабораторный практикум. Не предусмотрен. Частично его функции выполняет выездное задание-тренинг, совмещающее в себе отработку широкого круга компетенций, связанных с риторикой и коммуникациями.

7. Практические занятия (семинары), примеры упражнений, отрабатывающих знания основ теории и коммуникаций

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1. и 2.	<p>ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: (теоретические аспекты риторики и коммуникаций) История формирования риторики как области знания и деятельности; теории коммуникаций применительно к экономике и бизнесу</p> <p>и</p> <p>ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ: Использование практических навыков риторики и коммуникаций</p>	<p>Пример задания № 1.</p> <p>ситуация из практики: В связи с экономическим кризисом, служба <i>коммуникационного</i> маркетинга и рекламы банка, куда также входит пресс-служба и PR (public relations) подвергается сокращению. Отдел состоит из 4 человек, оставить работать должны только 1 сотрудника.</p> <p>Задание: во-первых, подробно узнать в Интернете или др. источниках должностные обязанности сотрудников службы <i>коммуникационного</i> маркетинга и рекламы банка. Во-вторых, написать речь (сделать презентацию), в которой обосновывается практическая значимость каждого из сотрудников. Цель – сохранить работу как можно большему количеству сотрудников данного отдела, используя риторические методы воздействия на совет директоров банка.</p> <p>Презентация задания: группа студентов, играющая роль сотрудников банка, спасающих от сокращения коллег, готовит презентацию в формате Power point и устную речь.</p> <p>Остальные студенты играют роль совета директоров банка, их задача, во что бы то ни стало, уволить 3-х сотрудников, используя при этом приемы риторики и аргументации.</p> <p>Пример задания № 2.</p> <p>На русском языке, руководствуясь личными пристрастиями и интересами, выбрать одну лучшую речь всех времен и народов (речь великой личности; речь, изменившей ход истории и пр.)</p> <p>Для этого можно использовать источники Интернет, или, например, книгу «100 великих речей» Саймона Майера и Джерами Курди http://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/100-velikih-rechei/</p> <p>Перед аудиторией выразительно зачитать эту речь.</p>	

		После этого выделить использованные там риторические методы воздействия и аргументации и проанализировать их эффективность.	

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

Список основной и дополнительной литературы

1. Безменова Н. А. Очерки по теории и истории риторики. М., 1991.
2. Ванова А. PR: КАК СТРУКТУРИРОВАТЬ PR-ПРОЕКТ? (Методическое пособие). – М.: Из-во «Безопасность труда и жизни», 2008. – 48 с.
3. Ванова А. PR: КАК СОЗДАТЬ КОРПОРАТИВНУЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ? (Методическое пособие). – М.: Из-во «Безопасность труда и жизни», 2008. – 40 с.
4. Волков А. А. Основы русской риторики. М., 1996.
5. Вомперский В. П. Риторика в России XVII-XIII вв. М., 1988.
6. Граудина М. А., Миськевич Г. И. Теория и практика русского красноречия. М., 1989.
7. Иванова Е.А. PR: методы и техники изучения: Методические указания и контрольные задания (учебно-методическое пособие). – М.: Из-во РУДН, 2008. - 63 с.
8. Иванова С. Ф. Искусство диалога, или Беседы о риторике. М., 1992.
9. Ивин А. А. Основы теории аргументации. М., 1997.
10. Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public Relations. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 496 с.
11. Даг Ньюсом (Doug Newsom), Джуди ВанСлайк Терк (Judy VanSlyke), Дин Крукеберг (Dean Kruckerberg) Все о PR: теория и практика публичных отношений (This is PR: The Realities of Public Relations). – 7-е изд.: пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2001. – 628 с.
12. Кохтев Н. Н. Основы ораторской речи. М., 1992.
13. Кохтев Н. Н. Риторика. М., 1994.
14. Кузнецова Т. И., Стрельникова И. П. Ораторское искусство в Древнем Риме. М., 1976.
15. Ножин Е. А. Мастерство устного выступления. М., 1989.
16. Рождественский Ю. В. Теория риторики. М., 1997.
17. Сопер П. Основы искусства речи. М., 1992.
18. Стернин И. А. Практическая риторика. Воронеж, 1993.

в) программное обеспечение

ОС MS Windows (XP и выше), MS Office 2007, Mentor

г) Художественная литература, которая может служить дополнительным материалом для анализа риторических приемов и коммуникаций, применительно к экономической деятельности и бизнесу

Бакли Кристофер Т. (Christopher Taylor Buckley) Здесь курят (Thank You for Smoking): роман/пер. с англ. С. Ильина. - М.: Иностранка:Б.С.Г.-Пресс, 2001.

Пелевин В. Поколение П. - М.: "Вагриус", 1997.

При анализе художественной литературы в контексте экономики и бизнеса, комендуется использовать метод анализа ситуаций.

д) Художественные фильмы, на примере которых можно эффективные методы риторики и коммуникаций

“Плутовство” (Wag the Dog), США, 1997, реж. Барри Левинсон, в ролях Дастин Хоффман, Роберт де Ниро и др.

“Народ против Ларри Флинта” (The People vs. Larry Flynt) США, реж. Милош Форман, в ролях Вуди Харрелсон, Кортни Лав и др..

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах); доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2007; мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

№ ауд.	Наименование оборудованных учебных кабинетов	Перечень основного оборудования
17	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 2 шт., звуковая трибуна - 1 шт., экран - 2 шт.
19	Компьютерный класс	Компьютеры Pentium 4-1700/256MB/cd/audio - 21 шт., мультимедиа проектор Panasonic PT-LC75 - 1 шт., экран - 1 шт.
103	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
105	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
1	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран – 1 шт.
2	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран – 1 шт.
Конф. зал	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., звуковое оборудование
Зал 4 библи.	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Реализация курса предусматривает интерактивные лекции, практические занятия (семинары) с использованием мультимедийного оборудования и интерактивного учебника, подготовку самостоятельных творческих работ и их последующие презентации, решение задач/ситуаций из практики, связанных с бизнесом, тестирование, проведение групповых дискуссий по тематике курса, современные технологии контроля знаний.

