

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.05.2026 20:25:33
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

БИЗНЕС-РИТОРИКА

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Бизнес-риторика» входит в программу магистратуры «Рекламный менеджмент» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 6 разделов и 17 тем и направлена на изучение методов и подходов к профессиональному управлению речью в различных бизнес-контекстах.

Целью освоения дисциплины является формирование у магистров знаний и навыков публичных выступлений, ведения деловых переговоров, овладения искусством аргументации, применения методов убеждения и влияния в различных коммуникационных процессах.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Бизнес-риторика» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; ПК-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Бизнес-риторика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Бизнес-риторика».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		Преддипломная практика; Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы); Научно-исследовательская практика; Проектная практика; Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии; Интегрированные бренд-коммуникации; Communication Project Management;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий		Преддипломная практика; Научно-исследовательская практика; Проектная практика; Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков; <i>Эффективность рекламных кампаний**</i> ; <i>Эффективность PR-коммуникаций**</i> ;
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью		Производственная практика; Преддипломная практика; Медиаменеджмент и медиамаркетинг; Психология управления коммуникациями; <i>Репутационный менеджмент**</i> ; <i>Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов**</i> ;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Бизнес-риторика» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы бизнес-коммуникации и самопрезентации спикера	1.1	Понятие бизнес-риторики	Особенности риторики в современном бизнесе	ЛК, СЗ
		1.2	Формирование личного бренда через речь	Имидж и репутация коммуникатора	ЛК, СЗ
		1.3	Невербальная коммуникация в публичных выступлениях	Невербальная коммуникация в публичных выступлениях включает использование жестов, мимики, поз и визуального контакта для усиления речевого сообщения и установления доверия с аудиторией. Она помогает оратору управлять вниманием слушателей, транслировать уверенность и подчеркивать ключевые смыслы выступления.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Структура выступления и этапы его создания	2.1	Ключевая идея, цель и структура выступления	Ключевая идея, цель и структура выступления определяют его основное сообщение, ожидаемый результат и логическую последовательность подачи материала. Четкая структура помогает удерживать внимание аудитории и делать выступление понятным и убедительным.	ЛК, СЗ
		2.2	Этапы работы над выступлением	Идея, сбор материала, планирование, выбор средств языкового выражения, подготовка, выступление перед аудиторией	ЛК, СЗ
		2.3	Приемы привлечения внимания аудитории	Адаптация контента под интересы слушателей	ЛК, СЗ
Раздел 3	Особенности выступления перед различными целевыми аудиториями	3.1	Виды аудиторий слушателей	Виды аудиторий слушателей различаются по уровню подготовки, интересам, численности и степени вовлеченности, что влияет на выбор формы и стиля выступления. Учет особенностей аудитории помогает сделать сообщение более понятным, убедительным и эффективным.	ЛК, СЗ
		3.2	Особенности работы с различными аудиториями	Особенности работы с различными аудиториями заключаются в адаптации содержания, языка и формы подачи под уровень знаний, интересы и ожидания слушателей. Это повышает вовлеченность аудитории и делает выступление более убедительным и результативным.	ЛК, СЗ
		3.3	Техники привлечения и удержания внимания аудитории	История (сторителлинг), риторические вопросы, провокация и др. Преодоление волнения перед выступлением	ЛК, СЗ
Раздел 4	Эффективная аргументация	4.1	Виды аргументов	Виды аргументов включают факты, примеры, статистику, логические выводы и ссылки на авторитетные источники. Их правильный подбор помогает убедительно обосновать позицию и усилить воздействие речи.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		4.2	Искусство аргументации	Логика, модели, контраргументация	ЛК, СЗ
Раздел 5	Переговоры и деловая беседа	5.1	Стратегии и тактики переговорного процесса	Стратегии и тактики переговорного процесса определяют общую линию поведения и конкретные приемы для достижения соглашения. Они помогают учитывать интересы сторон, снижать конфликтность и находить взаимовыгодные решения.	ЛК, СЗ
		5.2	Активное и эмпатическое слушание	Техники выяснения интересов собеседника	ЛК, СЗ
		5.3	Коммуникация в конфликтных и стрессовых ситуациях	Коммуникация в конфликтных и стрессовых ситуациях направлена на снижение напряжения, контроль эмоций и сохранение конструктивного диалога. Важно слушать собеседника, говорить спокойно и четко, избегая агрессии и обвинений.	ЛК, СЗ
		5.4	Интервью	Умение задавать вопросы и отвечать на неудобные вопросы	ЛК, СЗ
Раздел 6	Сторителлинг в деловой коммуникации	6.1	Истории в публичных выступлениях	Истории в публичных выступлениях помогают сделать речь более живой, наглядной и запоминающейся. Они усиливают эмоциональное воздействие и лучше доносят основную мысль до аудитории.	ЛК, СЗ
		6.2	Особенности применения сторителлинга в коммуникации бизнеса с целевыми аудиториями	Сторителлинг в бизнес-коммуникации помогает выстраивать доверие, делать бренд ближе и понятнее целевой аудитории. Через истории проще передавать ценности компании, показывать пользу продукта и вызывать эмоциональный отклик.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Проекционный экран GEHA 244*244 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Кузнецов И.Н. Бизнес-риторика. – Дашков и К., 2024
2. Козырев, В.А. Русский язык и культура речи. Современная языковая ситуация : учебник и практикум для вузов / В. А. Козырев, В. Д. Черняк. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07089-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537822>
3. Русский язык и культура речи : учебник для вузов / Т. И. Сурикова, Н. И. Клушина, И. В. Анненкова, Г. Я. Солганик ; под редакцией Г. Я. Солганика. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03822-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535479>
4. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для вузов / В. Д. Черняк [и др.] ; под редакцией В. Д. Черняк. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02663-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535767>
5. Самсонов, Н.Б. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для вузов / Н. Б. Самсонов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17398-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538015>

Дополнительная литература:

1. Скотт Беркун. Откровения оратора
2. Радислав Гандапас. К выступлению готов! Презентационный конструктор
3. Нина Зверева. Я говорю – меня слушают. Уроки практической риторики
4. Дейл Карнеги. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично
5. Майк Клейтон. Как говорить, чтобы вас слушали

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров
 - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>
 - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
 - ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>
 - ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
 - ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>
2. Базы данных и поисковые системы
 - Sage <https://journals.sagepub.com/>
 - Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
 - Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
 - Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Бизнес-риторика».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Чумикова Светлана

Юрьевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.