**Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова**

**Философский факультет**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

1. **Уровень высшего образования:** *магистратура, направление подготовки – «Реклама и связи с общественностью*»
2. **Цели и задачи курса:**

Цели учебного курса – формирование у студентов понимания предмета, знаний, умений и навыков, а также профессионального самосознания в отношении предмета. После окончания настоящего учебного курса студент должен:

**Знать**:

* Прикладное значение эффективных коммуникаций
* Навыки XXI века как ключевые составляющие успешности современного человека
* Инструменты использования эмоций и саморегуляции
* Понятие эмпатии, ее значение в развитии коммуникативных способностей
* Понятие аудитории, ее сегментация
* Особенности коммуникаций в социокультурном и профессиональном контексте
* Специфика коммуникаций в профессиональной сфере (благотворительность, бизнес, инновации, образование, культура и пр.)
* Структура эффективного выступления, ключевые требования к построению текста.

**Уметь**

1. использовать полученные знания и навыки для решения задач при выстраивании коммуникаций
2. формулировать понятные собеседнику сообщения, точно передающие необходимый смысл, учитывающие точку зрения собеседника/ов и контекст взаимодействия
3. понимать партнера по взаимодействию, задавать открытые, уточняющие вопросы для прояснения цели, смысла и содержания сообщения/текста
4. использовать вспомогательные коммуникативные средства для повышения эффективности взаимодействия и убедительности речи (привлечение разными способами интереса со стороны слушателей, оригинальность и яркость выступления)
5. оценивать соответствие содержания публичного выступления его цели и задачам
6. налаживать и удерживать контакт (вербальный и невербальный) со слушателями во время выступления

**Иметь навыки**

1. сбора и анализа теоретических, эмпирических, статистических и пр. данных для построения выступления
2. критического мышления: анализировать информацию и фактц, оценивать их достоверность, задавать вопросы и делать обоснованные выводы, для использования при формировании собственных суждений
3. креативного мышления: уметь придумывать новые не банальные способы решения задач пи помощи анализа, синтеза и эффективного использования имеющихся знаний
4. понимания своего эмоционального состояния и управления им
5. эмпатии: распознавать намерения и мотивацию других людей и использовать информацию, содержащуюся в эмоциях в решении практических задач
6. слушать, понимать и передавать информацию, выбирать и использовать такой способ и контекст передачи информации, который собеседник сможет легче и точнее воспринять
7. речевого оформления публичного выступления (свободное, без чтения подготовленного письменного текста, изложение материала)

**Осознавать** роль и место своей профессии в общем процессе коммуникаций

Для достижения поставленных целей требуется решить следующие **задачи**:

* Предложить методологию изучения дисциплины;
* Дать представление о коммуникационном процессе и его составляющих;
* Дать представление о различных видах целевых аудиторий и особенностях воздействия на них;
* Дать представление о методиках работы с текстом;
* Проанализировать место и функции субъектов коммуникационного процесса
* Дать представление о формировании четкой структуры текста (выступления)
* Дать представление о составляющих эффективного выступления
* Способствовать формированию профессиональных и развитию общенаучных компетенций:
  + Развить способности творческого использования полученных знаний.
  + Развивать навыки творческого мышления на основе работы с текстами графикой, посредством деловых игр;
  + Развить критическое мышление;
  + Развить навыки эмоционального интеллекта;
  + С формировать способности самостоятельно подбирать аргументацию, тезисы, посылы к слушателям во время публичного выступления;
  + Обеспечить развитие мировоззренческой культуры учащихся, способности решать кроскультурные задачи.

1. **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**

Освоение данной дисциплины необходимо для **углубленного** **формирования** следующих **профессиональных компетенций** выпускника МГУ:

1. управленческая деятельность: ПК-1, ПК-3, ПК-5
2. организационная деятельность - ПК-2, ПК-3, ПК-4
3. проектная деятельность: ПК-3, ПК-6, ПК-10
4. Креативное и критическое мышление – ПК-5; ПК-6
5. коммуникативный процесс: ПК -7, ПК-8; ПК-9; ПК-10
6. информационно-аналитическая деятельность: ПК-11, ПК-4
7. **Место дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП):**

Дисциплина «Эффективные коммуникации» входит в вариативную часть блока профессиональной подготовки ООП и ориентирована на закрепление универсальных и углубленное формирование перечисленных выше профессиональных компетенций выпускника МГУ.

1. **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Формируемые компетенции** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине** |
| ПК 1 | способность управлять коммуникационным процессом, влиять на принятие решений группой |
| ПК 2 | способность принимать участие в организации работы коммуникационных подразделений и служб по связям с общественностью.. |
| ПК 3 | способность разрабатывать креативные проекты в рамках коммуникационного процесса с разными целевыми группами |
| ПК 4 | способность определять и сегментировать целевую аудиторию любого проекта |
| ПК 5 | способность к критическому мышлению в процессе работе с информационными материалами и в процессе коммуникаций |
| ПК 6 | способность к креативному мышлению в процессе разработки инструментов ПР-стратегии |
| ПК 7 | способность к выстраиванию коммуникационного процесса в соответствии с его целями и задачами, для влияния на аудиторию, налаживания и удерживания контакта с ней и достижения поставленных целей |
| ПК-8 | способность развить навыки эмоционального интеллекта и умение использовать их в коммуникационном процессе |
| ПК-9 | способность к эмпатии: распознаванию намерения и мотивации других людей и использованию информации, содержащейся в эмоциях в решении практических задач |
| ПК 10 | способность реализовывать знания в области коммуникаций как сферы профессиональной деятельности |
| ПК-11 | способность собирать, анализировать и обобщать теоретические, эмпирические, статистические и пр. данные для выстраивания коммуникационного процесса |

1. **Объем дисциплины в зачетных единицах (з.е.) с указанием количества академических часов (ак.ч) , отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий в соответствии с учебным планом) и на самостоятельную работу студента (СРС):**

• Объем дисциплины – 1 з.е.

• Контактная работа – 36 ак.ч.

• Самостоятельная работа студентов (СРС) – 14 ак.ч.

• Общая трудоемкость дисциплины составляет 1,5 з.е. (54 ак.ч.)

1. **Формат обучения:** *очно,*
2. **Используемые технологии:**
   1. Образовательные технологии:

Для развития профессиональных навыков в области коммуникаций и развития творческого потенциала обучающихся использовались активные методы освоения материала с погружением в тематику занятий при помощи методов игропрактики и тренингов.

**Лекции**

Теоретическая часть занятий проходила в виде проблемных и установочных лекций. Информационные материалы и рекомендуемая литература по каждой теме высылалаются обучающимся по электронной почте.

##### Семинары и практические занятия

Семинары и практические занятия построены преимущественно по методу кейсов Учебный материал подается обучаемым в виде микропроблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений**.**

Могут использоваться и иные формы проведения семинарских занятий: деловые игры, тренинги и т.д.

Представляется методически важным **привлечь к сотрудничеству специалистов**, в первую очередь – работающих в сфере коммуникаций. Это позволит студентам получить знания «из первых уст».

* 1. Научно-исследовательские технологии

Обзор, систематизация, проработка нормативной и профессиональной литературы по изучаемым темам, в том числе с использованием Интернет-ресурсов и электронных библиотек;

Выбор темы исследования и ее проработка через сбор, анализ, систематизацию эмпирических данных, построение доказательной базы с четкой аргументацией с использованием изученных методик работы с информацией;

1. **Содержание дисциплины, структурированное по разделам/темам:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации | Всего (ак. ч.) | В том числе: | | | | | | |
| Контактная работа | | | | | СРС | |
| Лекции | Семинары | Групп. консульт. | Инд. консульт, | Всего | Вид работ 1 | Всего |
| РАЗДЕЛ I. РАЗВИТИЕ БАЗОВЫХ НАВЫКОВ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ. | | | | | | | | |
| Тема 1. Значение курса. Структура и смысл курса. |  | 2 |  |  |  | 2 | 1 | 1 |
| Тема 2. Эмоциональный интеллект как универсальный навык. |  | 2 | 2 |  |  | 4 | 1 | 1 |
| Тема 3. Эмоциональный интеллект: эмпатия. |  | 1 | 1 |  |  | 2 | 1 | 1 |
| Тема 4. Критическое и креативное мышление. Профессиональное самоопределение |  | 2 | 2 |  |  | 4 | 1 | 1 |
| Всего по разделу 1 | 16 | **7** | **5** |  |  | **12** | 4 | **4** |
| РАЗДЕЛ 2. ПОНИМАНИЕ АУДИТОРИИ | | | | | | | | |
| Тема 5.Определение аудитории |  |  | 2 |  |  |  | 1 | 1 |
| Тема 6 Особенности коммуникаций с разными аудиториями |  | 1 | 1 |  |  |  | 1 | 1 |
| Тема 7. Понимание аудитории. Использование техники интервью |  |  | 2 |  |  |  | 1 | 1 |
| Тема 8. Дизайн-мышление |  | 2 |  |  |  |  | 1 | 1 |
| Всего по разделу 2 | 12 | 3 | 5 |  |  | **8** | 4 | **4** |
| РАЗДЕЛ 3. ПОДГОТОВКА К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ | | | | | | | | |
| Тема 9. Структура выступления |  | 3 | 2 |  |  |  | 1 | 1 |
| Тема 10. Аргументация. |  | 2 | 1 |  |  |  | 2 | 2 |
| Тема 11. Тренинг по разработке структуры выступления |  |  | 6 |  |  |  | 5 | 5 |
| Тема 13. Невербальные средства коммуникаций |  | 1 | 1 |  |  |  | 2 | 2 |
| Всего по разделу 2 | 24 | 6 | 10 |  |  | 16 | 8 | 8 |
| **Итого:** | **54** | 16 | 20 |  |  | **36** |  | **18** |

**СОДЕРЖАНИЕ КУРСА**

**РАЗДЕЛ I. РАЗВИТИЕ БАЗОВЫХ НАВЫКОВ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ.**

**Тема №1. Значение курса. Структура и смысл курса.**

Вводное занятие посвящено представлению курса, его целей и ожидаемых результатов. Прикладное значение эффективных коммуникаций в представлении аудитории. Формирование перечня ключевых навыков, которые необходимо освоить для эффективных коммуникаций. Сопоставление с характеристиками успешного профессионала будущего (по экспертным оценкам)

**Тема №2. Эмоциональный интеллект как универсальный навык.**

Эмоции как особый вид информации. Научная концепция эмоционального интеллекта, ее распространение и формы прикладного использования. Ключевые этапы развития эмоционального интеллекта: идентификация, использование, управление, взаимодействие с другими. Упражнение на умение идентифицировать эмоции. Инструменты использования эмоций и саморегуляции.

Приглашенный эксперт: эффективные коммуникации в профессиональной среде (образование)

**Тема №3. Эмоциональный интеллект: эмпатия.**

Определение и виды эмпатии. Физиологические основы эмпатии в соответствии с современными научными исследованиями. Упражнения на развитие эмпатии и понимание контекста.

**Тема №4. Критическое и креативное мышление. Профессиональное самоопределение.**

Профессиональное самоопределение как осознанный выбор профессии с учетом своих особенностей и возможностей, требований профессиональной деятельности и социально-экономических условий. Вопросы как инструмент критического мышления. Искусство правильно задавать вопросы.

**РАЗДЕЛ 2. ПОНИМАНИЕ АУДИТОРИИ**

**Тема №1. Определение аудитории.**

Виды аудиторий. Понимание мотивации, ценностей и движущих мотивов. Практическое упражнение по определению аудиторий различных проектов. Задание на составление визитной карточки целевой группы.

Приглашенный эксперт: эффективные коммуникации в профессиональной среде (новые подходы к коммуникациям с целевой аудиторией в бизнесе)

**Промежуточный зачет. Составление портрета аудитории.**

**Тема №2. Особенности коммуникаций с разными аудиториями.**

Особенности коммуникаций в социокультурном и профессиональном контексте. Специфика коммуникаций в благотворительной, коммерческой, инновационной, образовательной, культурной сферах деятельности.

Приглашенный эксперт: практические кейсы по межкультурным

коммуникациям, реализованные в разных странах.

**Тема №3. Понимание аудитории. Использование техники интервью**

Проведение интервью для понимания глубинных мотивов и приоритетов аудитории. Формулирование вопросов. Показатели результативности. Практические задания по проведению интервью, анализу и интерпретации результатов.

**Тема №4. Дизайн-мышление**

Определение дизайн-мышления. Этапы дизайн-мышления. Задание на нахождение связи между совершенно не связанными между собой понятиями. Приемы создания креативного продукта для коммуникационного процесса. Задание на формирование навыка креативного мышления в описании любых продуктов и услуг.

**РАЗДЕЛ 3. ПОДГОТОВКА К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ**

**Тема №1. Структура выступления**

Постановка целей, определение аудитории выступления. Выявление основной идеи, формирование логической последовательности тезисов. Дополнительные средства повышения убедительности выступления.

**Промежуточный зачет. Составление описания и структуры публичного выступления.**

**Тема №2. Аргументация.**

Использование аргументации для усиления доводов в выступлении. Отработка умения выстраивать аргументацию на основе поставленной задачи, с учетом определенной аудитории.

**Тема №3. Тренинг по разработке структуры выступления**

Определение аудитории, цели выступления, логической структуры. Подбор усиливающей аргументации на основе практических кейсов.

**Тема №4. Невербальные средства коммуникаций**

Структурирование и визуализация информации. Использование голоса и тела для поддержки выступления. Техники снятия напряжения и владения собой при подготовке к публичному выступлению.

**Зачет.**

1. **Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы студентов.**
   1. Нормативные документы и методические рекомендации студентам очной формы обучения Философского факультета МГУ. URL: <http://www.philos.msu.ru/examboard/docs>
   2. Ресурсное обеспечение (. п. 12)

**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ СРС:**

1. Каковы признаки и основные характеристики различных целевых аудиторий
2. Выбор эффективных каналов коммуникации для различных целевых аудиторий.
3. 6 параметров креативности по Гилфорду.
4. Творческое мышление: отличие от таланта, способы развития.
5. Дизайн мышления как инструмент эффективных коммуникаций: понятие, этапы и т.д.
6. Типология вопросов в теории критического мышления
7. Основные составляющие эффективного публичного выступления
8. Логическая структура публичного выступления.
9. Практики навыков управления телом и мимикой при подготовке выступления.
10. Сторителлинг - как может помочь при выступлении
11. Способы управления эмоциональной сферой для создания живого и интересного выступления.
12. Понимание аудитории: выявление интересов и скрытых потребностей.
13. Эмпатия – использование в выстраивании коммуникационной стратегии

**РАЗДЕЛ I. РАЗВИТИЕ БАЗОВЫХ НАВЫКОВ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ.**

**Тема №1. Значение курса. Структура и смысл курса.**

Эссе на тему профессии будущего.

Развернутый ответ на вопрос – какие требования к выбранной вами профессии предъявляются с точки зрения построения процесса коммуникаций

**Тема №2. Эмоциональный интеллект как универсальный навык.**

Задание на идентификацию и описание эмоции (выбрать три любых эмоции).

Просмотр ролика выставки "Москва 1917 года: взгляд с Ваганьковского холма". Отследить и сформулировать изменения в лицах зрителей на протяжении ролика. Описать, на что вы обратили внимание.

**Тема №3. Эмоциональный интеллект: эмпатия.**

Составляем вопросы для трех групп:

1. Собеседование на позицию PR-менеджера

2. Представление своего проекта потенциальному партнеру (студенческий форум)

3. Согласование проекта с чиновником, отвечающим за выделение площадок

Задача – разговорить собеседника. Получить ответы на нужные вопросы.

**Тема №4. Критическое и креативное мышление. Профессиональное самоопределение.**

По предложенным кейсам составить вопросы на понимание содержания и контекста.

**РАЗДЕЛ 2. ПОНИМАНИЕ АУДИТОРИИ**

**Тема №1. Определение аудитории.**

Анализ аудитории предложенных медиа-ресурсов. Инструментами привлечения внимания аудитории.

**Промежуточный зачет.** Составление портрета предложенной аудитории**.**

**Тема №2. Особенности коммуникаций с разными аудиториями.**

По предложенным описаниям определить аудиторию и предложить эффективные каналы коммуникации с ней.

**Тема №3. Понимание аудитории. Использование техники интервью**

Составить вопросы для интервью по заданной тематике.

**Тема №4. Дизайн-мышление**

Работа с текстом. Выстроить правильный эмоциональный изобразительный ряд под определенный текст..

**РАЗДЕЛ 3. ПОДГОТОВКА К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ**

**Тема №1. Структура выступления**

Выбрать тему выступления и сформировать его структуру на основе изученного материала, используя «Пирамиду Минто»

**Промежуточный зачет.** Составление описания и структуры публичного выступления.

**Тема №2. Аргументация.**

К выдвинутым тезисам подобрать Аргументы.

**Тема №3. Тренинг по разработке структуры выступления**

По заданной теме (новость недели) составить выступление для конкретной аудитории, подкрепленное, тезисами, аргументами, правильными посылами..

**Тема №4. Невербальные средства коммуникаций**

Проанализировать предложенные видеоматериалы и составить перечень невербальных инструментов для эффективного выступления..

1. **Фонд оценочных средств**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Вид ФОС** | **Исходные требования к уровню усвоения** | **Объект оценивания** | **Вид контроля для разработки кодификатора** |
| Промежуточная аттестация | Рабочая программа дисциплины | Результаты самостоятельной работы по разделам дисциплины | Две промежуточные аттестации: по разделам I и II (зачет) |
| Итоговая аттестация | ФГОС, ОС МГУ, Рабочая программа дисциплины | результаты обучения по дисциплине включая самостоятельную работу | семестровые испытания (зачет) |

**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. Каковы признаки и основные характеристики целевой аудитории - молодежь? Основные подходы к работе с этой аудиторией. Наиболее эффективные канали коммуникации.
2. Каковы признаки и основные характеристики целевой аудитории - пенсионеры? Основные подходы к работе с этой аудиторией. Наиболее эффективные канали коммуникации.
3. Каковы признаки и основные характеристики целевой аудитории - средний класс? Каковы основные подходы к работе с ним? Основные подходы к работе с этой аудиторией. Наиболее эффективные канали коммуникации.
4. Каковы признаки и основные характеристики целевой аудитории - креативный класс? Основные подходы к работе с этой аудиторией. Наиболее эффективные канали коммуникации.
5. Каковы признаки и основные характеристики целевой аудитории - тинэйджеры? Основные подходы к работе с этой аудиторией. Наиболее эффективные канали коммуникации.
6. Что такое навыки XXI века?
7. 6 параметров креативности по Гилфорду.
8. Творческое мышление: отличие от таланта, способы развития.
9. Дизайн мышления как инструмент эффективных коммуникаций: понятие, этапы и т.д.
10. Типология вопросов в теории критического мышления
11. Основные составляющие эффективного публичного выступления
12. Способы усиления убедительности выступления?
13. Логическая структура публичного выступления.
14. Определение аудитории, как отправная точка подготовки выступления.
15. Интервью: правильные вопросы для получения инсайта?
16. Практики навыков управления телом и мимикой при подготовке выступления.
17. Сторителлинг: что это такое и как может помочь при выступлении? Приведите примеры.
18. Способы управления эмоциональной сферой для создания живого и интересного выступления?
19. Понимание аудитории: выявление интересов и скрытых потребностей.
20. Что такое эмпатия? Как она помогает в выстраивании коммуникационной стратегии? Как ее развивать?
21. **Ресурсное обеспечение**

#### Официальные документы и нормативные акты

1. Закон РФ "О средствах массовой информации" (Закон о СМИ) от 27.12.1991 N 2124-1
2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ
3. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ

**Литература:**

1. Ван Ланге П., Де Дре К. Социальное взаимодействие: кооперация и конкуренция // Введение в социальную психологию / Под ред. М. ХьюстонаиВ. Штребе. М.: Юнити, 2004
2. Гоулман Дэниел Эмоциональный интеллект. ACT МОСКВА, 2009
3. Донован Джереми. Выступление в стиле TED. Секреты лучших в мире вдохновляющих презентаций.
4. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология. 2010
5. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст: М., 2017
6. Кривоносов А. PR-текст в системе публичных коммуникаций. - СПб.: Издательство СПбГУ, 2001.
7. Келли Т., Келли Д. Креативная уверенность. Как высвободить и реализовать свои творческие силы. М.: Азбука, 2015
8. Лау Джо У. Ф. Введение в критическое мышление и теорию креативности. 2017
9. Лидтка Ж., Огилви Т. Думай как дизайнер. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014
10. Лукша Павел, Песков Дмитрий. Доклад «Будущее образования: глобальная повестка»
11. Минто Барбара. Принцип пирамиды Минто. М.: Росмэн-Бизнес, 2004
12. Орен Клафф. Идеальный питч. Революционный метод заключения крупных сделок. 2013
13. Сэловей Питер, Карузо Дэвид. Эмоциональный интеллект руководителя. Как развивать и применять. 2017
14. Talks T. Слова меняют мир. Первое официальное руководство по публичным выступлениям. М, 2017
15. Теория игр. Искусство стратегического мышления в бизнесе и жизни М, 2017
16. Фейдл Чарльз, Бялик Майя, Берни Триллинг. Четырехмерное образование. 2015. Русское издание подготовлено Центром образовательных разработок Московской школы управления Сколково
17. Эбенштейн Донни. Сила эмпатии. Ключ к конструктивному общению и успешным переговорам. Манн, Иванов и Фербер, 2014

**Интернет-ресурсы:**

1. Паола Антонелли - Дизайн и гибкое мышление
2. <https://www.youtube.com/watch?v=oKj-8ryp8dk>
3. Выступления конференции TED
4. <https://www.ted.com/talks>
5. Целевая аудитория: зачем знать своего клиента <https://texterra.ru/blog/tselevaya-auditoriya-zachem-znat-svoego-klienta.html>
6. **Язык преподавания –** *русский*