АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.ДВ.1.1 «ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр.

Профиль – Маркетинг в цифровой среде.

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является систематизация знаний по нормам этики делового общения, в том числе слагаемым имиджа делового человека, правилам хорошего тона и фазам деловой беседы.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

* изучение предмета и задач курса,
* изучение структуры коммуникативной профессиограммы,
* изучение основ эффективной коммуникации и норм делового общения,
* изучение сущности социальной перцепции,
* изучение принципов и методов проведения деловых переговоров,
* приобретение умений по внедрению стратегии поведения в конфликтной ситуации,
* приобретение умений по выявлению и нивелированию ошибок, затягивающих решение конфликта,
* приобретение умений по организации и подготовке международной деловой встречи,
* приобретение умений по выступлению на публичных мероприятиях с докладами и презентациями.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Компетенция | Индикатор компетенции |
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ | * ПК-1.1.2 Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
 |
| * ПК-1.1.3 Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
 |
| * ПК-1.2.2 Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
 |
| * ПК-1.2.3 Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
 |
| ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | * ПК-2.2.1 Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии
 |
| ПК-3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | * ПК-3.2.1 Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
 |
| ПК-9 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | * ПК-9.1.1 Знает принципы и методы проведения деловых переговоров
 |
| * ПК-9.1.2 Знает основы эффективной коммуникации
 |

**4. Содержание и структура дисциплины**

1. Предмет и задачи курса «Этика делового общения». Социальная перцепция
2. Коммуникативная сторона общения. Нормы бесконфликтного общения. Стратегии поведения в конфликтной ситуации.
3. Слагаемые норм этики делового общения.
4. Имидж делового человека

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 16 часа.

практические занятия – 32 часа.

самостоятельная работа – 56 часа.

Форма контроля знаний – зачет.