Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 31.10.2023 14:55:13
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742f9[illegible]

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор
/Е.Л. Хохлогорская/
«16» февраля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭТИКА ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ

Направление подготовки
42.03.03 Издательское дело

Профили
Книгоиздательское дело

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2023 г.

Разработчики:

К.э.н., доцент /Е.Е. Егорова/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Издательское дело и книговедение», к.ф.н., доцент /И.Л.Шурыгина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
3. Структура и содержание дисциплины 4
   - 3.1. Виды учебной работы и трудоемкость 5
   - 3.2. Тематический план изучения дисциплины 5
   - 3.3. Содержание дисциплины 7
   - 3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 8
   - 3.5. 88
4. 88
   - 4.1. 88
   - 4.2. Основная литература 8
   - 4.3. Дополнительная литература 9
   - 4.4. Электронные образовательные ресурсы 9
   - 4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 9
   - 4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 9
5. Материально-техническое обеспечение 9
6. Методические рекомендации 9
   - 6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 9
   - 6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 10
7. Фонд оценочных средств 10
   - 7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения 10
   - 7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения 11
   - 7.3. Оценочные средства 12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цели изучения дисциплины «Этика деловых отношений в издательском деле»: - обеспечение овладения слушателями основами этических знаний в сфере деловых отношений;

- изучение профессионального этического кодекса издательского дела и особенностей делового этикета отрасли, эффективных форм обмена информацией в процессе подготовки различных видов изданий;

- обучение слушателей современным практическим принципам этики ведения бизнеса.

Задачами дисциплины являются:

- формирование знаний о предмете этики деловых отношений, ее основных понятиях, нормах и принципах;

- овладение знаниями о практической реализации этических норм и ценностей в деловых отношениях;

- формирование устойчивых знаний в области деловых коммуникаций, законов межличностного (речевого, невербального) общения, письменной, электронной коммуникации, основ деловой культуры;

- развитие практических навыков в освоении и применении методов деловой коммуникации в процессе создания, редакционно-издательской подготовки и распространения печатных, электронных и онлайн-изданий.

Обучение по дисциплине «Этика деловых отношений в издательском деле» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Философия», «Технология распространения книжной продукции»; «Технология распространения периодических изданий»; «Формирование издательских портфелей»; «Продвижение издательской продукции»; «Производственная практика»; «Преддипломная практика»; «Государственная итоговая аттестация».

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			4	**-**
	Аудиторные занятия		36	-
	В том числе:			-
1	Лекции		18	-
2	Семинарские/практические занятия		36	-
3	Лабораторные занятия		-	-
	Самостоятельная работа			-
	В том числе:			-
1	Проведение исследования, подготовка презентации, докладов, сообщений		10	-
	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)		8	-
	Промежуточная аттестация			-
	Зачет		-	-
	Итого		72	-

3.1.2. Заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			7	**-**
	Аудиторные занятия		8	-
	В том числе:			-
1	Лекции		4	-
2	Семинарские/практические занятия		4	-
3	Лабораторные занятия		-	-
	Самостоятельная работа		64	-
	В том числе:			-
1	Проведение исследования, подготовка докладов, рефератов, сообщений		34	-
2	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)		30	-
	Промежуточная аттестация			-
	Зачет		-	-
	Итого		72	-

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Введение. Предмет курса. Задачи курса	8	2	4	-	-	2
2	Тема 1. Ключевые понятия и сущность этики деловых отношений	8	2	4	-	-	2
3	Тема 2. Содержание и структура делового общения	8	2	4	-	-	2
4	Тема 3. Общение и этика деловых отношений	16	4	8	-	-	4
5	Тема 4. Деловые отношения в рабочей группе	8	2	4	-	-	2
6	Тема 5. Этика деловых отношений издательства	8	2	4	-	-	2
7	Тема 6. Этикет и культура делового общения	16	4	8	-	-	4
Итого		**72**	**18**	**36**	**-**	**-**	**18**

3.2.1. Заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Введение. Предмет курса. Задачи курса	8	2	2	-	-	4
2	Тема 1. Ключевые понятия и сущность этики деловых отношений	8	-	-	-	-	4
3	Тема 2. Содержание и структура делового общения	8	-	-	-	-	8
4	Тема 3. Общение и этика деловых отношений	16	2	2	-	-	12
5	Тема 4. Деловые отношения в рабочей группе	8	-	-	-	-	8
6	Тема 5. Этика деловых отношений издательства	8	-	-	-	-	8
7	Тема 6. Этикет и культура делового общения	16			-	-	12
Итого		**72**	**4**	**4**	**-**	**-**	**64**

3.3 Содержание дисциплины

Введение

Предмет курса. Задачи курса, его значение для будущей профессиональной деятельности. Этики деловых отношений как сфера научного знания. Особенности построения курса, основные темы. Связь курса с другими учебными дисциплинами, общая характеристика основных знаний и навыков, которыми студент должен овладеть в результате освоения курса. Рекомендуемые источники, дополнительные материалы.

Тема 1. Ключевые понятия и сущность этики деловых отношений

Исторические корни профессиональной этики предпринимателя. Основные категории этики деловых отношений. Эволюция этики деловых отношений. Принципы этики деловых отношений. Противоречие между этикой и бизнесом. Структура личности. Виды темперамента и этика деловых отношений. Система ценностей, установок и стереотипов личности. Законы межличностных отношений.

Тема 2. Содержание и структура делового общения

Общение как способ существования человека в обществе. Роль процесса общения в формирования личности. Межличностные отношения и общение. Взаимосвязь деловых, межличностных и общественных отношений. Структурные стороны общения. Общение как коммуникация, интеракция, перцепция. Этапы общения и их характеристики. Правила и приемы начала беседы. Правила приветствия, обращения, представления, комплимента. Правила ведения деловых переговоров, способы оценки достигнутых в процессе переговоров соглашений.

Тема 3. Общение и этика деловых отношений

Формирование представлений о другом человеке в процессе общения. Роль социальных установок и стереотипов в процессе восприятия. Прочность стереотипа. Возможности формирования и разрушения стереотипов. Основные закономерности процесса стереотипизации. Формирование образа другого путем стереотипизации. Стереотип и имидж. Роль символов и ритуалов в процессе восприятия другого человека. Этические проблемы деловых отношений.

Тема 4. Деловые отношения в рабочей группе

Межличностные отношения в группе и деловое общение. Типы взаимоотношений в группе. Сплоченность группы. Социально-психологический климат группы. Рабочий коллектив как малая группа. Образование трудового коллектива. Проблема «подключения» к коллективу нового члена. Конформизм, нонконформизм, референтная группа. Процесс становления групповых норм и ценностей. Совместность и сплоченность группы. Феномен группового давления.

Тема 5. Этика деловых отношений издательства

Противоречивая сущность мотивации общения. Конфликт. Этические нормы общения. Общие этические принципы и характер делового общения. Типы организационной культуры и методы ее формирования. Совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих отношения людей в процессе их производственной

деятельности. Нормы этичного поведения руководителя. Типы сотрудников издательства в деловом общении. Принципы этики издателя и редактора.

Тема 6. Этикет и культура делового общения

Деловой этикет, как важнейшая сторона профессионального поведения предпринимателя. Деловой этикет, как наиболее целесообразного поведения, которое способствует успеху в деловых отношениях. Правила вербального этикета, стереотипы речевого обращения. Общение с клиентами. Деловые совещания. Правила ведения деловой беседы по телефону.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения
1. Введение. Предмет курса. Задачи курса
2-3. Тема 1. Ключевые понятия и сущность этики деловых отношений
4-5. Тема 2. Содержание и структура делового общения
6-9. Тема 3. Общение и этика деловых отношений
10-11. Тема 4. Деловые отношения в рабочей группе
12-13. Тема 5. Этика деловых отношений издательства
14-18. Тема 6. Этикет и культура делового общения

3.4.2. Семинарские/практические занятия для заочной формы обучения
1. Введение. Предмет курса. Задачи курса
2. Тема 3. Общение и этика деловых отношений

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко [и др.] ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 376 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16811-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/531733 (дата обращения: 17.06.2023).

Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений : учебник и практикум для вузов / Н. Ю. Родыгина. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 430 с. – (Высшее образование). –

ISBN 978-5-534-16498-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/531174 (дата обращения: 17.06.2023).

Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 288 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15798-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/509768 (дата обращения: 17.06.2023).

4.3 Дополнительная литература

Деловое общение: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2009. – 528 с.

Чернышова Л.И. Деловое общение: Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 415 с.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

https://lms.mospolytech.ru/course/view.php?id=741

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
2. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
3. Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Дисциплина «Этика деловых отношений в издательском деле» является дисциплиной профессионального цикла и обеспечивает формирование компетентности обучающегося в тесной связи с важнейшими дисциплинами профиля и дисциплинами профессионального цикла в целом. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы студента, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении

лекционных и практических занятий по дисциплине «Психология общения в издательском деле».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Этика деловых отношений в издательском деле» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и учебного плана по направлению 42.03.03 Издательское дело.

Лекции по дисциплине читаются с учетом предварительного формирования предусмотренных ОП компетенций.

Перечень основной и дополнительной литературы приведен в п.4 настоящей рабочей программы.

Поощряется подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны быть поняты студентами и излагаются на первом практическом занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятий. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка доклада, презентации в мультимедийном формате по теме курса.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Рекомендуется работа с первоисточниками. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 12 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятий.

Методическая модель преподавания дисциплины основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются: выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса; объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения; активное участие слушателей в учебном процессе; приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям. Используемые методы преподавания: лекционные занятия с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов, метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания при проведении практических занятий.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов (рефератов) на практических занятиях, вопросы к зачету.

Форма промежуточной аттестации – зачет, который может проводиться как в письменном виде, так и в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику докладов, рефератов, сообщений для практических занятий, контрольные вопросы для проведения зачета.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине. По результатам работы, включая итоги промежуточной аттестации по дисциплине, выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если выполнены все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений приведенным далее показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. Обучающийся демонстрирует полные представления об основных теориях и концепциях коммуникации людей в организации; имеет представление об основах деловых отношений. Свободно оперирует приобретенными знаниями. Обучающийся демонстрирует умение ориентироваться видах делового общения; умеет использовать теоретический инструментарий для формирования принципов корпоративной этики и имиджа издательства. Свободно использует полученные умения в профессиональной деятельности. Обучающийся в свободно и в полном объеме владеет навыками организации этичных отношений в коллективе.

Оценка «не зачтено» выставляется в том случае, если не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, приведенным далее показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: основные теории и концепции коммуникации людей в организации; не имеет представления об основах деловых отношений, принципы; не знает методы организации деловых коммуникаций. Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет ориентироваться в видах делового общения; не умеет использовать теоретический инструментарий для формирования принципов корпоративной этики и имиджа издательства. Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками организации этичных взаимоотношений в коллективе.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, рефератов, сообщений

1. Роль и значение деловых переговоров. Основные этапы деловых переговоров.
2. Подготовка к деловым переговорам.
3. Способы воздействия партнеров друг на друга в процессе общения.
4. Культура общения руководителя как фактор управления.
5. Культура делового спора.
6. Принципы речевого воздействия в деловой риторике.
7. Роль «обратной связи» в процессе общения.
8. Конфликты в деловом общении и пути их разрешения.
9. Стрессы и обретение стрессоустойчивости в деловом общении.
10. Референтная группа, типы лидеров.
11. Структура словесного (речевого) общения.
12. Невербальные средства общения.
13. Стратегия взаимодействия в процессе общения.
14. Коммуникативная сторона общения.
15. Роль правил, норм и традиций в процессе общения.
16. Принципы этики делового общения.
17. Этические нормы конструктивной критики.
18. Деловая переписка.
19. Этические нормы и структура делового письма.
20. Этика телефонного общения.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету

Ключевые понятия и сущность этики деловых отношений.
Эволюция этики деловых отношений.
Принципы этики деловых отношений.
Противоречие между этикой и бизнесом
Виды темперамента и этика деловых отношений.
Знание и навыки как условие и продукт процесса общения.
Система ценностей, установок и стереотипов личности.
Роль социальной установки в процессе общения.
Законы (закономерности) межличностных отношений
Приемы начала беседы.
Правила приветствия, обращения, представления, комплимента.
Деловые переговоры
Формирование образа другого путем стереотипизации.
Процесс становления групповых норм и ценностей.
Этические нормы общения.
Типы организационной культуры и методы ее формирования.
Нормы этичного поведения руководителя.
Типы сотрудников издательства в деловом общении.
Принципы этики издателя и редактора.