

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.02 Публичные выступления и риторика

Учебный план: _____ ФГОС3++zm420401-1_26-13.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Реклама и современные коммуникации в бизнесе

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная Прак занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
1	УП	8	60	4	2	Зачет
	РПД	8	60	4	2	
Итого	УП	8	60	4	2	
	РПД	8	60	4	2	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать у студентов систему знаний и практических навыков в области риторики и публичных выступлений, позволяющую эффективно, убедительно и психологически адаптированно взаимодействовать с различными аудиториями в профессиональной сфере рекламы и PR.

1.2 Задачи дисциплины:

1. Изучить теоретические основы риторики (этос, пафос, логос, риторический канон).
2. Освоить технологию подготовки и структурирования публичной речи.
3. Развить навыки аргументации, работы с фактами и возражениями.
4. Сформировать речевую технику (дыхание, дикция, интонация, паузирование).
5. Обучить невербальным средствам коммуникации и управлению страхом.
6. Расширить психологическую компетентность оратора: анализ аудитории, управление вниманием, эмпатия, раппорт, работа с эмоциональными состояниями зала.
7. Научить адаптировать речь под разные каналы (офлайн, онлайн, СМИ).

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.
Знать: принципы и инструменты управления прямыми и опосредованными коммуникациями
Уметь: выстраивать стратегию речевого поведения и адаптировать публичное выступление под разные каналы коммуникации,
Владеть: техниками риторического воздействия и методами контроля эффективности коммуникации в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)
		Пр. (часы)	
Раздел 1. Основы риторики и психологии публичной коммуникации	1		
Тема 1. Риторика как наука и искусство. Этос, пафос, логос.		1	5
Тема 2. Психологические типы аудитории. Установки, мотивы, ожидания.			5
Тема 3. Риторический канон: инвенция, диспозиция, элокуция, меморио, акцио.		1	5
Раздел 2. Подготовка и структура выступления			
Тема 4. Этапы подготовки речи: тема, цель, тезис, сбор материала.			5
Тема 5. Композиция: вступление (хук), основная часть, заключение.		1	5
Тема 6. Логика и аргументация. Структура «проблема–решение–выгода».			5
Раздел 3. Психология воздействия и работа с аудиторией			
Тема 7. Законы восприятия и внимания (эффект края, Зейгарник, прайминг)		1	
Тема 8. Психологические приёмы удержания контакта: вопросы, сторителлинг, якорение.			5
Тема 9. Эмпатия, раппорт, активное слушание. Обработка возражений и конфликтов.		1	5
Раздел 4. Речевая техника и невербальная коммуникация			

Тема 10. Дыхание, дикция, голос. Интонация, паузы, темп.			5
Тема 11. Невербальное поведение: поза, жест, взгляд, мимика. Открытые/закрытые позы.		1	
Тема 12. Управление страхом сцены. Техники релаксации и «заземления».			5
Раздел 5. Жанровое разнообразие и прикладные аспекты			
Тема 13. Презентация и питч. Структура лифт-теста.		1	
Тема 14. Антикризисное выступление: извинение, опровержение, восстановление доверия.			5
Тема 15. Онлайн-выступление: специфика камеры, чата, удержания внимания.		1	
Тема 16. Итоговый практикум: комплексное выступление перед разными аудиториями.			5
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	60
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25	60

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-3	обучающийся владеет техниками построения убедительной публичной речи, адаптации контента под целевую аудиторию и эффективной самопрезентации в профессиональных коммуникациях в сфере рекламы и связей с общественностью.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Чёткое вступление, основная часть, заключение. 2–3 сильных аргумента (факты, логика, примеры). Зрительный контакт >70% времени, учёт реакций	

	зала	
Не зачтено	Отсутствие структуры, хаотичность. Аргументы слабые или отсутствуют. Чтение с листа, взгляд в одну точку	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Определение риторики, её предмет и задачи для PR-специалиста.
2	Риторический канон: инвенция, диспозиция, элокуция, меморио, акцио.
3	Этос, пафос, логос: характеристика и примеры из рекламы.
4	Виды красноречия и их особенности.
5	Психологические модели коммуникации (шум, обратная связь, барьеры).
6	Понятие «аудитория» в риторике: психологические типы по лояльности и мотивации.
7	Этапы подготовки публичной речи
8	Способы генерации идей (мозговой штурм, ментальные карты)
9	Структура речи: вступление, основная часть, заключение. Их функции.
10	Типы вступлений (хуки) и их психологическое воздействие.
11	Запоминающееся завершение: резюме, призыв, открытый вопрос.
12	. Композиционные модели (дедукция, индукция, проблемная, хронологическая).
13	Понятие аргумента, факта, доказательства. Сильные и слабые аргументы.
14	Логические ошибки (софизмы) и как их избегать.
15	Психологические уловки в аргументации (эффект контраста, привязка к авторитету).
16	Техники ответа на возражения: «да, но», «да, и», «вопрос вместо ответа».
17	Эмпатийное слушание при конфликтных вопросах.
18	Дыхание и голос: диапазон, темп, паузы, интонирование.
19	Дикция и орфоэпия: упражнения.
20	Жесты и поза: открытые и закрытые позы, зрительный контакт.
21	Паралингвистика (тон, громкость, тембр) и её психологическое влияние.
22	Управление страхом сцены: физиологические и когнитивные техники («заземление», рефрейминг).
23	Законы восприятия информации (объем внимания, эффект края, эффект Зейгарник).
24	Приёмы удержания внимания: смена активности, вопросы, сторителлинг.
25	Типы вопросов к аудитории (закрытые, открытые, риторические).
26	Невербальные сигналы потери внимания и реакции на них.
27	Работа с «трудными» слушателями (критик, болтун, пассивный агрессор).
28	Особенности презентации (питч, лифт-тест).
29	Выступление на пресс-конференции.
30	Антикризисное выступление (структура извинения, опровержения).
31	Онлайн-выступление: специфика камеры, чата, удержания внимания.
32	Самопрезентация специалиста (60 секунд).
33	Критерии анализа чужого выступления (чек-лист).
34	Методы самооценки (видеозапись, обратная связь).
35	Психические нормы оратора в рекламе и PR.
36	Как работает эффект «якорения» в убеждении? Приведите пример для рекламной презентации.
37	Что такое «когнитивное искажение подтверждения» и как оратор может его использовать
38	Назовите 3 способа создания раппорта с аудиторией за 1 минуту.
39	Как психология цвета влияет на слайды и восприятие оратора
40	Объясните феномен «эмоционального заражения» в большом зале.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

За 3 минуты убедить аудиторию (роль – скептики-руководители) в необходимости внедрения новой PR-стратегии с использованием риторических приёмов (анафора, риторический вопрос) и психологического якорения.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ + Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Допуск: Студент допускается к зачету при выполнении всех требований рабочей программы (посещаемость, текущие работы).

Явка: Студент является в назначенное время.

Выбор задания: Студент устно отвечает на вопросы билета или по перечню, установленному преподавателем.

Подготовка: Предоставляется время на обдумывание (15–30 мин), разрешаются черновики.

Ответ: Студент устно излагает материал, преподаватель задает дополнительные вопросы для проверки глубины понимания.

Оценка: Выставляется «зачтено» (при полном, грамотном ответе) или «не зачтено» (при грубых ошибках, отказе отвечать).

Фиксация: Результат вносится в ведомость в день проведения зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Мухина, Ю. М.	Межкультурная коммуникация в сфере бизнеса	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/122112.html
Лукина, Л. В.	Сферы общения	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/93350.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Болдогоев Д., Борчанинова Э., Глотова А., Жигилий О., Иванова С.	Развитие потенциала сотрудников	Москва: Альпина Паблишер	2017	http://www.iprbookshop.ru/68009.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Профессиональные базы данных:

- IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>)

- ПСИ-ФАКТОР (<http://psyfactor.org>) – психологические техники.

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска