

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Факультет гуманитарный
Кафедра межкультурной коммуникации

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
Рубанюк Э. В.

27.12.2022 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
Иноземцева И. Е.

27.12.2022 г.

СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

*Электронный учебно-методический комплекс
для студентов специальности 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение
межкультурных коммуникаций (по направлениям)*

Составитель

Колесник Т. В., старший преподаватель кафедры лингвистического обеспечения межкультурной коммуникации Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета Института
протокол № 12 от 30.08.2023 г.

УДК 811.111+316.77(075.8)

ББК 81.2Англ я73

Р е ц е н з е н т ы:

кафедра межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 26.01.2023 г.);

Коцаренко Е. М., кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению
кафедрой межкультурной коммуникации
(протокол № 3 от 25.10.2022 г.)

С83 Колесник, Т. В. Стратегия коммуникативного поведения : учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям) [Электронный ресурс] / Сост. Т. В. Колесник. – Электрон. дан. (0,4 Мб). – Минск : Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2023. – 63 с. – 1 электрон. опт. диск (CD).

Систем. требования (миним.) : Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей) 1 ГГц ; 512 Мб оперативной памяти ; 500 Мб свободного дискового пространства ; привод DVD ; операционная система Microsoft Windows 2000 SP 4 / XP SP 2 / Vista (32 бит) или более поздние версии ; Adobe Reader 7.0 (или аналогичный продукт для чтения файлов формата pdf).

Номер гос. регистрации в НИРУП «Институт прикладных программных систем» 1162331780 от 31.01.2023 г.

Учебно-методический комплекс представляет собой совокупность учебно-методических материалов, способствующих эффективному формированию компетенций в рамках изучения дисциплины «Стратегия коммуникативного поведения».

Для студентов вузов.

ISBN 978-985-547-429-7

О Институт современных знаний
имени А. М. Широкова, 2023

Введение

Настоящий электронный учебно-методический комплекс составлен в соответствии с типовой учебной программой «Стратегии коммуникативного поведения» от 11.05.2022 г., регистрационный номер № ТД-Е.892/тип, и учебным планом по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)».

Дисциплина «Стратегии коммуникативного поведения» входит в модуль «Профессиональная коммуникация» государственного компонента.

Основной целью учебной дисциплины является развитие у обучающихся умений, связанных с реализацией коммуникативных стратегий в различных форматах общения.

В задачи изучения дисциплины входит:

– достижение стилистического уровня владения языком, выражающегося в автоматической дифференциации коммуникативных ситуаций при порождении и восприятии речи;

– формирование критического отношения к содержанию общения;

– формирование умений и навыков, связанных с дифференциацией способов общения, разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения и интерпретацией чужого;

– овладение приемами внутриличностной, межличностной, групповой и массовой коммуникации во множестве социальных контекстов и во множестве форматов.

Учебно-методический комплекс предназначен для преподавателей и студентов 4 курса гуманитарного факультета Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М. Широкова», обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)».

Цель данного учебно-методического комплекса – создать условия для наиболее эффективной реализации требований образовательной программы по изучаемой дисциплине и образовательного стандарта высшего образования.

Учебно-методический комплекс включает:

- предисловие;
- практический раздел;
- раздел контроля знаний;
- вспомогательный раздел.

Практический раздел ЭУМК содержит тематику практических занятий, список ключевых терминов по каждой теме, перечень профессиональных навыков и умений, необходимых для осуществления профессиональной коммуникации, задания, способствующие усвоению, закреплению пройденного материала и проверке знаний.

Раздел контроля знаний включает методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов, задания для самостоятельной работы студентов, контрольные вопросы по темам практических занятий, примерный перечень вопросов к экзамену, перечень рекомендуемых средств диагностики.

В состав вспомогательного раздела входят учебная программа дисциплины и перечень учебных изданий и информационно-аналитических материалов, рекомендуемых для изучения учебной дисциплины.

Учебно-методический комплекс может быть использован при подготовке и проведении практических занятий, при индивидуальном освоении изучаемого материала студентами, а также при организации самостоятельной работы студентов.

1. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Содержание учебного материала

Раздел «Стратегии коммуникативного поведения»

Тема 1. Эффективная коммуникация: ответственный выбор

Определение коммуникации. Основные составляющие коммуникативного поведения. Ключевые характеристики эффективной коммуникации. Уровни коммуникации.

Стратегии установления контакта и формирование взаимопонимания. Эффективные коммуникативные стратегии в современной политике, рекламе, сфере торговли, образования и т.д.

Тема 2. Типы и характеристики целевых аудиторий

Психология целевой аудитории. Демографический анализ аудитории. Ситуационный анализ аудитории.

Источники получения информации о целевой аудитории. Метод анкетирования.

Тема 3. Правила эффективной организации презентаций

Как подготовиться к презентации. Структура презентации.

Типы вступлений. Тактики и приемы привлечения внимания.

Типы заключений. Техники и приемы, используемые в заключениях.

Стратегии связности в презентации. Коннекторы. Тактики поддержания внимания.

Как оперировать данными в презентации. Стратегии и тактики представления данных. Использование визуальных средств.

Тема 4. Эффективная информационная презентация

Стратегии и тактики информирования.

Типы информирующих речей (об объекте, событии, процессе, понятии/концепте).

Композиционная организация информационных презентаций.

Рекомендации по составлению информационных выступлений.

Тема 5. Стратегии убеждения

Стратегии построения и укрепления доверия к адресату.

Использование доказательств и вспомогательных материалов.

Стратегии аргументирования.

Апелляция к эмоциям как стратегия убеждения.

Тема 6. Эффективная персуазивная презентация

Этический аспект убеждения. Психология убеждения. Восприятие убеждающего сообщения.

Типы убеждающих речей.

Композиционная организация персуазивных презентаций.

Рекомендации по составлению персуазивных выступлений.

Тема 7. Построение личного бренда

Личный бренд или я-бренд: идея, суть, позиционирование. Основные этапы создания персонального бренда. Стратегии самопрезентации.

1.2. Тематика практических занятий

UNIT 1

SUCCESSFUL COMMUNICATION

1. The Power of Public speaking
2. The Tradition of Public Speaking
3. Similarities between Public Speaking and Conversation
4. Differences between Public Speaking and Conversation
5. Developing Confidence
6. Public Speaking and Critical Thinking
7. The Speech Communication Process
8. Public Speaking in a Multicultural World
9. The Importance of Listening
10. Listening and Critical Thinking
11. Four Causes of Poor Listening
12. How to Become a Better Listener

Objectives

Students should be able to:

1. Define communication.
2. Identify the basic characteristics of communication.
3. Identify the basic elements of the speech communication process.
4. Discuss the long tradition of studying public speaking.
5. Identify the major similarities between public speaking and conversation.
6. Explain why a certain amount of nervousness is normal – even desirable – for a public speaker.
7. Discuss methods of controlling nervousness and of making it work for, rather than against, a speaker.

8. Explain how the cultural diversity of today's world can influence public speaking situations.
9. Define ethnocentrism and explain why public speakers need to avoid it when addressing audiences of diverse racial, ethnic, or cultural background.
10. Explain the difference between hearing and listening.
11. Define the four kinds of listening and explain their relationship to critical thinking.
12. Explain why good listening is important to effective speechmaking.
13. Identify the four major causes of poor listening.
14. Discuss the seven ways to become a better listener.

Key Terms

stage fright

adrenaline

positive nervousness

visualization

critical thinking

speaker

message

channel

listener

frame of reference

feedback

interference

situation

ethnocentrism

hearing

listening

appreciative listening

empathic listening

comprehensive listening

critical listening

spare “brain time”

active listening

key-word outline

Review Questions

1. In what ways is public speaking likely to make a difference in your life?
2. How is public speaking similar to everyday conversation?
3. How is public speaking different from everyday conversation?
4. Why is it normal—even desirable—to be nervous at the start of a speech?
5. How can you control your nervousness and make it work for you in your speeches?
6. What are the seven elements of the speech communication process? How do they interact to determine the success or failure of a speech?
7. What is ethnocentrism? Why do public speakers need to avoid ethnocentrism when addressing audiences with diverse cultural, racial, or ethnic backgrounds?
8. What is the difference between hearing and listening?
9. How is listening connected with critical thinking?
10. Why is it important to develop strong listening skills?
11. What are the four main causes of poor listening?
12. What are seven ways to become a better listener?

Exercises for Critical Thinking

1. Think back on an important conversation you had recently in which you wanted to achieve a particular result. (*Examples:* asking your employer to change your work schedule; explaining to a friend how to change the oil and filter in a car, attempting to talk your spouse or partner into buying the computer you like rather than the one he or she prefers.) Work up a brief analysis of the conversation.

In your analysis, explain the following: (1) your purpose in the conversation and the message strategy you chose to achieve your purpose; (2) the communication channels used during the conversation and how they affected the outcome; (3) the interference—internal or external—you encountered during the conversation; (4) the steps you took to adjust to feedback; (5) the strategic changes you would make in preparing for and carrying out the conversation if you had it to do over again.

2. Divide a sheet of paper into two columns. Label one column “Characteristics of an Effective Public Speaker.” Label the other column “Characteristics of an Ineffective Public Speaker.” In the columns, list and briefly explain what you believe to be the five most important characteristics of effective and ineffective speakers. Be prepared to discuss your ideas in class.

3. On the basis of the lists you developed for Exercise 2, candidly evaluate your own strengths and weaknesses as a speaker. Identify the three primary aspects of speechmaking you most want to improve.

4. Which of the four causes of poor listening do you consider the most important? Choose a specific case of poor listening in which you were involved. Explain what went wrong.

5. Undertake a candid evaluation of your major strengths and weaknesses as a listener. Explain what steps you need to take to become a better listener.

UNIT 2

ANALYZING THE AUDIENCE

1. Audience-Centeredness
2. The Psychology of Audiences
3. Demographic Audience Analysis
4. Situational Audience Analysis
5. Getting Information about the Audience
6. An Audience-Analysis Questionnaire
7. Adapting to the Audience

Objectives

Students should be able to:

1. Explain why public speakers must be audience centered.
2. Identify the major demographic traits of audiences.
3. Identify the major situational traits of audiences.
4. Use a questionnaire as a method of audience analysis.
5. Explain how a speaker can adapt to the audience while preparing the speech and while delivering the speech.

Key Terms

audience-centeredness

egocentrism

demographic audience analysis

stereotyping

situational audience analysis

attitude

fixed-alternative questions

scale questions

open-ended questions

Review Questions

1. Why must a public speaker be audience-centered?
2. What does it mean to say that people are egocentric? What implications does the egocentrism of audiences hold for you as a public speaker?
3. What are the five demographic traits of audiences?
4. Why is each important to audience analysis?
5. What is situational audience analysis? What factors do you need to consider in situational audience analysis?
6. How can you get information about an audience?
7. What are the three kinds of questions used in questionnaires? Why is it a good idea to use all three in audience analysis?
8. What methods can you use to adapt your speech to your audience before the speech? During the speech?

Exercises for Critical Thinking

1. Advertisers are usually very conscious of their audience. Visit a popular Web site such as *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, or the like. From that Web site select three advertisements to analyze. Try to determine the audience being appealed to in each advertisement, and analyze the appeals (verbal and visual) used to persuade buyers. How might the appeals differ if the ads were designed to persuade a different audience?

2. For your next speech, design and circulate among your classmates an audience-analysis questionnaire. Use all three kinds of questions explained in the text: fixed-alternative, scale, and open-ended. After you have tabulated the results of the questionnaire, write an analysis explaining what the questionnaire reveals about your audience and what steps you must take to adapt your speech to the audience.

UNIT 3

SPEECH PREPARATION: ORGANIZING AND OUTLINING

1. Organizing the Body of the Speech
 - 1.1. Main Points
 - 1.2. Supporting Materials
 - 1.3. Connectives
2. Beginning and Ending the Speech
 - 2.1. The Introduction
 - 2.2. The Conclusion
3. Outlining the Speech
 - 3.1. The Preparation Outline
 - 3.2. The Speaking Outline
4. Using Visual Aids
 - 4.1. Kinds of Visual Aids
 - 4.2. Guidelines for Preparing Visual Aids
 - 4.3. Guidelines for Presenting Visual Aids

Objectives

Students should be able to:

1. Explain why it is important to organize speeches clearly and coherently.
2. Identify the five major patterns of organizing main points in a speech.
3. Discuss the guidelines for organizing main points.
4. Explain why speakers need strong supporting materials for their ideas.
5. Explain how to use examples effectively in a speech.
6. Discuss how to use statistics effectively in a speech.
7. Explain the proper use of testimony in a speech.
8. Explain the four kinds of speech connectives and their roles in a speech.
9. Identify the four objectives of a speech introduction.
10. Explain seven methods that can be used to gain attention in an introduction.

11. Identify the major functions of a speech conclusion.
12. Explain the methods a speaker can use to fulfill the functions of a conclusion.
13. Explain why it is important to outline speeches.
14. Explain the differences between a preparation outline and a speaking outline.
15. Construct a preparation outline and a speaking outline.
16. Explain the major advantages of using visual aids in a speech.
17. Identify the kinds of visual aids available for use in speeches.
18. Apply the guidelines for preparing and presenting visual aids.

Key Terms

strategic organization
main points
chronological order
spatial order
causal order
problem-solution order
topical order
supporting materials
example
brief example
extended example
hypothetical example
statistics
mean
median
mode
testimony
expert testimony
peer testimony
paraphrase

direct quotation
quoting out of context
connective
transition
internal preview
internal summary
signpost
rhetorical question
credibility
goodwill
preview statement
crescendo ending
dissolve ending
preparation outline
visual framework
bibliography
speaking outline
delivery cues
graph
line graph
pie graph
bar graph
chart
font

Review Questions

1. Why is it important that speeches be organized clearly and coherently?
2. How many main points will your speeches usually contain? Why is it important to limit the number of main points in your speeches?

3. What are the five basic patterns of organizing main points in a speech? Which are appropriate for informative speeches? Which is most appropriate for persuasive speeches? Which is used most often?
4. What are three tips for preparing your main points?
5. Why do you need supporting materials in your speeches?
6. What is the most important thing to remember when organizing supporting materials in the body of your speech?
7. What are the three kinds of examples? How might you use each kind to support your ideas?
8. What are five tips for using examples in your speeches?
9. Why is it so easy to lie with statistics? What three questions should you ask to judge the reliability of statistics?
10. What are six tips for using statistics in your speeches?
11. What is testimony? Explain the difference between expert testimony and peer testimony.
12. What are four tips for using testimony in your speeches?
13. What are the four kinds of speech connectives? What role does each play in a speech?
14. What are the four objectives of a speech introduction?
15. What are eight methods you can use in the introduction to get the attention and interest of your audience?
16. Why is it important to establish your credibility at the beginning of your speech?
17. What is a preview statement? Why should you nearly always include a preview statement in the introduction of your speech?
18. What are six tips for your introduction?
19. What are the major functions of a speech conclusion?
20. What are two ways you can signal the end of your speech?
21. What are four ways to reinforce the central idea when concluding your speech?

22. What are four tips for your conclusion?
23. Why is it important to outline your speeches?
24. What is a preparation outline? What are the eight guidelines for writing a preparation outline?
25. What is a speaking outline? What are four guidelines for your speaking outline?
26. What are the major advantages of using visual aids in your speeches?
27. What kinds of visual aids might you use in a speech?
28. What factors should you consider when planning to use presentation technology in a speech?
29. What are the guidelines for preparing visual aids?
30. What are the guidelines for presenting visual aids?

Exercises for Critical Thinking

1. What organizational method (or methods) might you use to arrange main points for speeches with the following specific purpose statements?
 - 1. To inform my audience about the geographical regions of Argentina.*
 - 2. To inform my audience about the causes and effects of Lyme disease.*
 - 3. To inform my audience about the major kinds of symbols used in Native American art.*
2. Identify the organizational method used in the following set of main points.
 - I. In ancient Rome, the Colosseum hosted gladiatorial games and other kinds of popular entertainment.*
 - II. In the Middle Ages, the Colosseum was occupied by religious groups and used as a cemetery.*
 - III. In modern times, the Colosseum has been restored and turned into a tourist attraction.*
3. Each of the following statements violates at least one of the criteria for effective supporting materials. Identify the flaw (or flaws) in each statement.

a. *In the words of one expert, “the prevalence of online multi-tasking is reducing the ability of people to concentrate on a single task, no matter how important the task might be.”*

b. *Figures compiled by the Bureau of Labor Statistics show that the median salary for petroleum engineers in the United States is \$128,230. This shows that petroleum engineers average more than \$128,000 a year in salary.*

c. *According to a poll conducted for AT&T, most people prefer AT&T’s cellular service to that of Sprint or Verizon.*

d. *It’s just not true that media violence has a strong influence on violent crimes. All my friends watch television, go to the movies, and play video games, and none of us has ever committed a violent crime.*

e. *As Katy Perry stated in a recent interview, increasing offshore drilling for oil will harm the environment far more than it will help the economy.*

f. *According to the U.S. Census Bureau, California has the largest Native American population of any state in the Union—723,225. Oklahoma is second with 482,760 and Arizona is third with 353,386.*

g. *In a survey conducted last month among members of People for the Ethical Treatment of Animals, 99 percent of respondents opposed using animals for medical experiments. Clearly, then, the American people oppose such experiments.*

4. Here are six speech topics. Explain how you might relate each to your classmates in the introduction of a speech.

roller coasters

high blood pressure

performance-enhancing drugs

Australia

laughter

Social Security

5. Think of a speech topic. Create an introduction for a speech dealing with any aspect of the topic you wish. In your introduction, be sure to gain the attention of the

audience, to reveal the topic and relate it to the audience, to establish your credibility, and to preview the body of the speech.

6. Using the same topic, create a speech conclusion. Be sure to let your audience know the speech is ending, to reinforce the central idea, and to make the conclusion vivid and memorable.

7. Watch a how-to video (a cooking show, for example) or the weather portion of a local newscast. Notice how the speaker uses visual aids to help communicate the message. What kinds of visual aids are used? How do they enhance the clarity, interest, and retainability of the speaker's message? What would the speaker have to do to communicate the message effectively without visual aids?

8. Consider how you might use visual aids to explain each of the following:

a. How to stretch before and after exercise.

b. The proportion of the electorate that votes in major national elections in the United States, France, Germany, England, and Japan, respectively.

c. Where to obtain information about student loans.

d. The wing patterns of various species of butterflies.

e. How to play the ukulele.

f. The basic equipment and techniques of rock climbing.

9. Plan to use visual aids in at least one of your classroom speeches. Be creative in devising your aids, and be sure to follow the guidelines for using them. After the speech, analyze how effectively you employed your visual aids, what you learned about the use of visual aids from your experience, and what changes you would make in using visual aids if you were to deliver the speech again.

UNIT 4

SPEAKING TO INFORM

1. Types of Informative Speeches: Analysis and Organization
 - 1.1. Speeches about Objects
 - 1.2. Speeches about Processes
 - 1.3. Speeches about Events
 - 1.4. Speeches about Concepts
2. Guidelines for Informative Speaking

Objectives

Students should be able to:

1. Explain the four kinds of informative speeches.
2. Apply the five guidelines for informative speaking.

Key Terms

informative speech

object

process

event

concept

description

comparison

contrast

personalize

Review Questions

1. What are the four types of informative speeches? Give an example of a good specific purpose statement for each type.

2. Why must informative speakers be careful not to overestimate what the audience knows about the topic? What can you do to make sure your ideas don't pass over the heads of your listeners?
3. What should you do as an informative speaker to relate your topic directly to the audience?
4. What two things should you watch out for in making sure your speech is not overly technical?
5. What are three methods you can use to avoid abstractions in your informative speech?
6. What does it mean to say that informative speakers should personalize their ideas?
7. Why is it important for informative speakers to be creative in thinking about ways to communicate their ideas?

Exercises for Critical Thinking

1. Following is a list of subjects for informative speeches. Your task is twofold:
(a) Select four of the topics and prepare a specific purpose statement for an informative speech about each of the four. Make sure your four specific purpose statements include at least one that deals with its topic as an object, one that deals with its topic as a process, one that deals with its topic as an event, and one that deals with its topic as a concept. (b) Explain what method of organization you would most likely use in structuring a speech about each of your specific purpose statements.

hobbies

sports

education

animals

music

media

science

cultural customs

technology

2. Analyze an informative speech. Identify the specific purpose, central idea, main points, and method of organization. Evaluate the speech in light of the guidelines for informative speaking.

UNIT 5

METHODS OF PERSUASION

1. Building Credibility
2. Using Evidence
3. Reasoning
4. Appealing to Emotions

Objectives

Students should be able to:

1. Explain the role of speaker credibility in persuasive speaking.
2. Discuss three ways a speaker can enhance her or his credibility during a persuasive speech.
3. Explain why it is important for persuasive speakers to use evidence in their speeches.
4. Define reasoning from specific instances and explain the guidelines for using this method of reasoning.
5. Define reasoning from principle and explain the guidelines a speaker should follow when employing reasoning from principle.
6. Define causal reasoning and explain the two common errors speakers need to avoid when using causal reasoning.
7. Define analogical reasoning and explain how to judge the validity of an analogy.
8. Identify ten common fallacies in reasoning.

9. Explain the role of emotional appeal in persuasive speaking.
10. Identify three methods a speaker can use to generate emotional appeal when speaking to persuade.

Key Terms

ethos

credibility

initial credibility

derived credibility

terminal credibility

creating common ground

evidence

logos

reasoning

reasoning from specific instances

reasoning from principle

causal reasoning

analogical reasoning

fallacy

hasty generalization

false cause

invalid analogy

bandwagon

red herring

ad hominem

either-or

slippery slope

appeal to tradition

appeal to novelty

pathos

Review Questions

1. What is credibility? What two factors exert the most influence on an audience's perception of a speaker's credibility?
2. What are the differences among initial credibility, derived credibility, and terminal credibility?
3. What are three ways you can enhance your credibility during your speeches?
4. What is evidence? Why do persuasive speakers need to use evidence?
5. What are four tips for using evidence effectively in a persuasive speech?
6. What is reasoning from specific instances? Why is it important to supplement reasoning from specific instances with testimony or statistics?
7. What is reasoning from principle? How is it different from reasoning from specific instances?
8. What is causal reasoning? Why is the relationship between causes and effects not always clear?
9. What is analogical reasoning? Why is analogical reasoning frequently used in persuasive speeches on questions of policy?
10. What are the ten logical fallacies?
11. What is the role of emotional appeal in persuasive speaking? Identify three methods you can use to generate emotional appeal in your speeches.

Exercises for Critical Thinking

1. Identify the kind of reasoning used in each of the following statements. What weaknesses, if any, can you find in the reasoning of each?

a. The U.S. Constitution prohibits cruel and unusual punishment. Life sentencing for juvenile offenders is cruel and unusual punishment. Therefore, life sentencing for juvenile offenders is contrary to the U.S. Constitution.

b. We can see from its work all around the world that Women for Women International is a worthy charitable organization. It has helped women in Rwanda operate sewing machines and make clothing. It has given women in Kosovo the skills to operate

businesses in their communities. It has shown women in the Democratic Republic of Congo how to create and market ceramics.

c. According to a study by the National Institutes of Health, children with gluten sensitivity have a three times greater risk of developing scoliosis than children without gluten sensitivity. We can see, then, that gluten sensitivity is the cause of scoliosis.

d. Portugal decriminalized the use of drugs two decades ago, and now drug-related deaths are extremely rare. If decriminalization can work in Portugal, it can work in the United States.

2. Over the years there has been much debate about the role of emotional appeal in public speaking. Do you believe it is ethical for public speakers to use emotional appeals when seeking to persuade an audience? Do you feel there are certain kinds of emotions to which an ethical speaker should not appeal? Why or why not? Be prepared to explain your ideas in class.

UNIT 6

SPEAKING TO PERSUADE

1. The Importance of Persuasion
2. Ethics and Persuasion
3. The Psychology of Persuasion
4. Persuasive Speeches on Questions of Fact
5. Persuasive Speeches on Questions of Value
6. Persuasive Speeches on Questions of Policy

Objectives

Students should be able to:

1. Define persuasion and explain why it is an important subject.
2. Identify the ethical responsibilities of persuasive speakers.
3. Clarify the differences between an informative speech and a persuasive speech and explain why speaking to persuade is especially challenging.
4. Discuss the concept of target audience and its role in persuasive speaking.
5. Define a question of fact and give an example of a specific purpose statement for a persuasive speech on a question of fact.
6. Define a question of value and give an example of a specific purpose statement for a persuasive speech on a question of value.
7. Define a question of policy and give an example of a specific purpose statement for a persuasive speech on a question of policy.
8. Explain the difference between passive agreement and immediate action as goals for persuasive speeches on questions of policy.
9. Explain the three basic issues of need, plan, and practicality and their importance in persuasive speeches on questions of policy.
10. Discuss the four methods of organization used most often in persuasive speeches on questions of policy.
11. Identify the five steps in Monroe's motivated sequence.

Key Terms

persuasion

mental dialogue with the audience

target audience

question of fact

question of value

question of policy

speech to gain passive agreement

speech to gain immediate action

need

burden of proof

plan

practicality

problem-solution order

problem-cause-solution order

comparative advantages order

Monroe's motivated sequence

Review Questions

1. What is the difference between an informative speech and a persuasive speech? Why is speaking to persuade more challenging than speaking to inform?
2. What does it mean to say that audiences engage in a mental dialogue with the speaker as they listen to a speech? What implications does this mental give-and take hold for effective persuasive speaking?
3. What is the target audience for a persuasive speech?
4. What are questions of fact? How does a persuasive speech on a question of fact differ from an informative speech? Give an example of a specific purpose statement for a persuasive speech on a question of fact.

5. What are questions of value? Give an example of a specific purpose statement for a persuasive speech on a question of value.
6. What are questions of policy? Give an example of a specific purpose statement for a persuasive speech on a question of policy.
7. Explain the difference between passive agreement and immediate action as goals for persuasive speeches on questions of policy.
8. What are the three basic issues you must deal with when discussing a question of policy? What will determine the amount of attention you give to each of these issues in any particular speech?
9. What four methods of organization are used most often in persuasive speeches on questions of policy?
10. What are the five steps of Monroe's motivated sequence? Why is the motivated sequence especially useful in speeches that seek immediate action from listeners?

Exercises for Critical Thinking

1. Keep a journal of your communication activities for an entire day, making special note of all instances in which you tried to persuade someone else to your point of view. Choose one of those instances and prepare a brief analysis of it. In your analysis, answer the following questions: (1) Who was the audience for your persuasive effort? (2) What were the "specific purpose" and the "central idea" of your persuasive message? (3) Did you rehearse your persuasive message ahead of time, or did it arise spontaneously from the situation? (4) Were you successful in achieving your specific purpose? (5) If you faced the same situation again, what strategic changes would you make in your persuasive effort?

2. Choose a topic for a persuasive speech on a question of policy. Create two specific purpose statements about that topic—one for a speech to gain passive agreement, another for a speech to motivate immediate action. Once you have the specific purpose statements, explain how the speech seeking immediate action would differ in

structure and persuasive appeals from the speech seeking passive agreement. Be specific.

3. Select a commercial from television or YouTube that is organized according to Monroe's motivated sequence. Prepare a brief analysis in which you (a) identify the target audience for the commercial and (b) describe each step in the motivated sequence as it appears in the commercial.

UNIT 7

PERSONAL BRANDING

1. The Importance of Personal Branding
2. Benefits of Building a Personal Brand
3. Effective Tools for Personal Branding
4. Steps to Building a Personal Brand
5. Personal Branding Strategies

Objectives

Students should be able to:

1. Define personal branding and explain why it is important.
2. Define a personal brand and discuss the benefits of a strong personal brand.
3. Identify the techniques used to build a personal brand.
4. Identify the steps to create a personal brand.
5. Develop a personal branding strategy.

Key Terms

personal branding

personal brand

target audience

unique value proposition

personal website

social media profiles

personal branding strategy

Review Questions

1. What is personal branding?
2. Why is personal branding important?
3. What are the benefits of a strong personal brand?

4. Which marketing tools have the greatest impact on an individual's personal brand?
5. What is a personal branding strategy?
6. How to build a personal brand?

Exercises for Critical Thinking

1. Complete the following personal branding worksheet.
 1. What are your core strengths or top skills? Think about what you do better than anyone else. What are you naturally good at? What do others say about you? What do you highlight on your resume?
 2. What are your personal attributes, your personality traits, or adjectives that describe you?
 3. How are you unique? How do you stand out? What differentiates you from competitors?
 4. What are your passions? What do you care about deeply?
 5. What are your top career values?
 6. What do you want to be known for?
 7. List 3-5 of your top career accomplishments.
 8. What are your career goals?
 9. Who is your target audience, employer, customer?
 10. What are the needs and wants of your audience?
2. Explore and analyze several examples of successful personal brands.
3. Set up your social media profiles on the most important social platforms (LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok).
4. Optimize or build your personal website.

2. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

2.1. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов

Рекомендуется использовать следующие формы самостоятельной работы:

- подготовка докладов и презентаций на заданную тему;
- анализ и обработка видео- и аудиоинформации с последующим построением монологических высказываний;
- выполнение творческих заданий (подготовка проектов, организация и проведение дебатов, ролевых игр и др.).

Для контроля выполнения самостоятельной работы студентов используются следующие оценочные средства:

- устный опрос, дискуссия;
- обсуждение доклада, презентации;
- представление проекта.

Контроль выполнения заданий по самостоятельной работе осуществляется преимущественно на аудиторных занятиях в ходе обсуждения и / или презентаций выполненных заданий и путем экспресс-опроса студентов по вопросам, вынесенным на самостоятельное изучение.

2.2. Задания для самостоятельной работы студентов

Introductory Speeches

Option A: A Three-Minute Speech Introducing a Classmate

The speech should be delivered extemporaneously from brief notes. Students are not to read their speeches and should use as much eye contact as possible. In preparation for the speech students interview one another. In their speeches, students will need

to provide basic information such as the name of the person they are introducing, his or her home town, personal interests, hobbies, aspirations, and the like.

Option B: A Three-Minute Speech Introducing a Classmate

The speech should be delivered extemporaneously from brief notes. Students are not to read their speeches and should use as much eye contact as possible. This speech focuses specifically on the cultural background of the student being introduced. Possible topics might include social customs, family traditions, holidays, clothing, food, religious traditions, sporting activities, and the like.

Option C: A Three-Minute Speech of Self-Introduction

The speech should be delivered extemporaneously from brief notes. Students are not to read their speeches and should use as much eye contact as possible. Students may focus their speech on describing an unusual or significant personal experience, on expressing an important personal belief, on explaining a favorite hobby or interest, on discussing someone who has been particularly influential in the speaker's life, etc. The purpose of the speech is to give the audience insight into the speaker's background, personality, attitudes, or aspirations.

Option D: A Three-Minute Speech of Self-Introduction

The speech should be delivered extemporaneously from brief notes. Students are not to read their speeches and should use as much eye contact as possible. In their speeches, students explain a significant aspect of their cultural background and how it has made a difference in their lives. Possible topics might include social customs, family traditions, holidays, clothing, food, religious traditions, sporting activities, etc.

Option E: A Three-Minute Speech of Self-Introduction Based on a Personal Object

The speech should be delivered extemporaneously from brief notes. Students are not to read their speeches and should use as much eye contact as possible. In preparation for this speech students select an object that represents a significant aspect of their background, personality, values, ambitions, etc. Using the chosen object as a point of departure, students develop a speech that explains how it relates to her or his professional goals.

Informative Speeches

Option A: A Speech of 5 to 6 Minutes Informing the Audience About Some Object, Process, Concept, or Event

Students are supposed to select topics that are useful and interesting. Students should turn in a complete preparation outline, but the speech itself should be delivered extemporaneously from a brief speaking outline. Evaluation should focus on such basic matters as establishing eye contact, avoiding distracting mannerisms, formulating a sharp specific purpose statement, fulfilling the functions of an introduction and conclusion, limiting main points and arranging them properly, and employing connectives effectively.

Option B: A Speech of 5 to 6 Minutes Informing the Audience About Some Object, Process, Concept, or Event

Use of a visual aid is required. Students should turn in a complete preparation outline, but the speech itself should be delivered extemporaneously from a brief speaking outline.

Option C: A Speech of 5 to 6 Minutes Demonstrating the Steps of a Process or How to Perform the Steps of a Process

Use of a visual aid is required. Students should turn in a complete preparation outline, but the speech itself should be delivered extemporaneously from a brief speaking outline. Students should make sure they present the steps of their process clearly and systematically.

Option D: A Speech of 5 to 6 Minutes in Which Students Explain a Significant Aspect of a Culture Different from Their Own

Possible topics include social customs, family traditions, holidays, clothing, food, religious traditions, sporting activities, and the like. Students should turn in a complete preparation outline, but the speech itself should be delivered extemporaneously from a brief speaking outline. Research is required for this speech. Students need to explain ideas clearly and to think about ways to relate the topic to the audience.

Persuasive Speeches

Option A: A Speech of 7 to 8 Minutes Designed to Persuade the Audience For
or Against a Question of Policy

Speakers may seek either passive agreement or immediate action from the audience, though they should seek the latter if there is appropriate action for the audience to take. In either case, students should deal with all three basic issues of policy speeches – need, plan, and practicality. A complete preparation outline should be submitted. Delivery of the speech is to be extemporaneous. This speech will require considerable research and skillful use of the methods of persuasion. Special emphasis should be given to evidence and reasoning.

Option B: A Speech of 7 to 8 Minutes Designed to Persuade the Audience on
Either a Question of Fact or a Question of Value

A complete preparation outline should be submitted. Delivery of the speech is to be extemporaneous. This speech will require considerable research and skillful handling of the methods of persuasion. Students who speak on a question of fact will need to give special attention to evidence and reasoning. Students who speak on a question of value must be sure to identify their standards for judgment and to justify their value judgement in light of those standards.

Final Speeches

Option A: A Speech of 8 to 10 Minutes That May Be Either Informative or
Persuasive

A complete preparation outline is required. Delivery of the speech is to be extemporaneous.

Option B: A Speech of 8 to 10 Minutes Informing the Audience About a Prominent Public Speaker

A complete preparation outline is required. Delivery of the speech is to be extemporaneous. Students can choose either a historical figure or a contemporary speaker for this assignment. In either case, students should deal with the following points in their speeches: (a) biographical background about the speaker; (b) the importance of

public speaking in her or his career; (c) major ideas of her or his speeches; (d) analysis of the speaker's techniques, including organization, language, and delivery.

2.3. Контрольные вопросы по темам практических занятий

1. What are the seven elements of the speech communication process? How do they interact to determine the success or failure of a speech?
2. Why is it important to develop strong listening skills?
3. What are the four main causes of poor listening?
4. What are seven ways to become a better listener?
5. What is demographic audience analysis?
6. What is situational audience analysis? What factors do you need to consider in situational audience analysis?
7. What methods can you use to adapt your speech to your audience before the speech? During the speech?
8. Why is it important that speeches be organized clearly and coherently?
9. What are the basic patterns of organizing main points in a speech?
10. Why do you need supporting materials in your speeches?
11. What are the four kinds of speech connectives? What role does each play in a speech?
12. What are the four objectives of a speech introduction?
13. What are eight methods you can use in the introduction to get the attention and interest of your audience?
14. What are the major functions of a speech conclusion?
15. Why is it important to outline your speeches?
16. What are the major advantages of using visual aids in speeches?
17. What kinds of visual aids might you use in a speech?

18. What factors should you consider when planning to use presentation technology in a speech?
19. What are the guidelines for preparing visual aids?
20. What are the guidelines for presenting visual aids?
21. What are the four types of informative speeches?
22. Why is it important for informative speakers to be creative in thinking about ways to communicate their ideas?
23. What is credibility? What are the ways to enhance credibility during a speech?
24. What is reasoning from specific instances? Why is it important to supplement reasoning from specific instances with testimony or statistics?
25. What is reasoning from principle? How is it different from reasoning from specific instances?
26. What is causal reasoning? Why is the relationship between causes and effects not always clear?
27. What is analogical reasoning? Why is analogical reasoning frequently used in persuasive speeches on questions of policy?
28. What are the ten logical fallacies?
29. What is the role of emotional appeal in persuasive speaking? Identify three methods you can use to generate emotional appeal in your speeches.
30. What is the difference between an informative speech and a persuasive speech?
31. What are questions of fact? How does a persuasive speech on a question of fact differ from an informative speech?
32. What are questions of value?
33. What are questions of policy? What are the three basic issues you must deal with when discussing a question of policy?
34. What four methods of organization are used most often in persuasive speeches on questions of policy?

35. What are the five steps of Monroe's motivated sequence? Why is the motivated sequence especially useful in speeches that seek immediate action from listeners?
36. What is personal branding? Why is personal branding important?
37. What are the benefits of a strong personal brand?
38. Which marketing tools have the greatest impact on an individual's personal brand?
39. What is a personal branding strategy?
40. How to build a personal brand?

2.4. Примерный перечень вопросов к экзамену

1. The speech communication process
2. Public speaking in a multicultural world
3. The psychology of audiences
4. Demographic audience analysis
5. Situational audience analysis
6. Getting information about the audience
7. Adapting to the audience
8. Organizing the body of the speech
9. Beginning and ending the speech
10. Connectives and supporting materials
11. Using visual aids
12. Informative speeches
13. Methods of persuasion
14. Persuasive speeches
15. Personal branding

2.5. Перечень рекомендуемых средств диагностики

Для оценки уровня знаний и достижений студентов рекомендуется использовать следующий диагностический инструментарий:

Фронтальный, групповой и индивидуальный опрос;

Анализ текста (устного выступления, печатной статьи или кейса);

Выступление с докладом или презентацией;

Представление проекта или результатов исследовательского задания;

Участие в дискуссии или дебатах, ролевых играх.

Итоговую диагностику результатов учебной деятельности студентов по учебной дисциплине «Стратегии коммуникативного поведения» рекомендуется осуществлять в ходе промежуточной аттестации.

В ходе промежуточной аттестации для оценки результатов обучения применяются критерии оценивания, рекомендованные Министерством образования.

3. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

3.1. Учебная программа дисциплины

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННЫХ ЗНАНИЙ ИМЕНИ А.М.ШИРОКОВА»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Института современных зна-
ний имени А.М.Широкова

А.Л.Капилов

. .2022

Регистрационный № УД /уч.

СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Учебная программа учреждения высшего образования

по учебной дисциплине для специальности:

1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных
коммуникаций (по направлениям)»

2022

Учебная программа составлена на основе типовой учебной программы «Стратегии коммуникативного поведения» от 11.05.2022 г., регистрационный номер № ТД-Е.892/тип. и учебного плана по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)».

СОСТАВИТЕЛЬ:

Т.В.Колесник, старший преподаватель кафедры межкультурной коммуникации Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой межкультурной коммуникации Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова».
(протокол № 11 от 24.05.2022 г.);

Научно-методическим советом Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова»
(протокол № 4 от 23.06.2022 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Стратегии коммуникативного поведения» является составной частью лингвистической подготовки специалистов по межкультурной коммуникации. Она изучается на завершающем этапе обучения, носит интегративный характер и включает два раздела – «Стратегии коммуникативного поведения» и «Профессиональное общение».

Цель изучения учебной дисциплины состоит в развитии у обучающихся умений, связанных с реализацией коммуникативных стратегий в различных форматах общения.

Основными задачами изучения учебной дисциплины являются:

достижение стилистического уровня владения языком, выражающегося в автоматической дифференциации коммуникативных ситуаций при порождении и восприятии речи;

формирование критического отношения к содержанию общения;

формирование умений и навыков, связанных с дифференциацией способов общения, разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения и интерпретацией чужого;

овладение приемами внутриличностной, межличностной, групповой и массовой коммуникации во множестве социальных контекстов и во множестве форматов (круглый стол, дебаты, панельная дискуссия, подиумная дискуссия, конференция, пресс брифинг, интервью, переговоры, ток-шоу и т.д.).

Освоение учебной дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» базируется на компетенциях, полученных студентами ранее при изучении учебной дисциплины компонента учреждения высшего образования «Практикум по культуре речевого общения». Знания, полученные при изучении данной дисциплины, используются при изучении такой дисциплины, как «Культурный контекст профессионального общения».

Изучение учебной дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

универсальных:

УК– 1. Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;

УК –3. Осуществлять коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

УК– 15. Использовать формы и методы познавательной деятельности в профессиональной сфере;

базовых профессиональных:

БПК– 3. Осуществлять межъязыковое и межкультурное взаимодействие с учетом культурных ценностей, норм и стереотипов речевого поведения;

БПК–14. Применять эффективные стратегии и тактики устной и письменной коммуникации на иностранном языке для решения профессиональных задач;

БПК–15. Осуществлять эффективное взаимодействие в мультикультурном профессиональном сообществе;

специализированных:

СК–1. Интерпретировать коммуникативное поведение участников публичной коммуникации при осуществлении профессиональной деятельности;

СК–2. Интерпретировать особенности коммуникативного поведения участников массовой коммуникации при осуществлении профессиональной деятельности;

СК–3. Создавать медиатексты разных типов с учетом параметров массовой коммуникации для решения профессиональных задач;

СК–4. Осуществлять речевую деятельность в соответствии с коммуникативной целью и ситуацией общения для обеспечения адекватности социальных и профессиональных контактов;

СК–5. Осуществлять межкультурную коммуникацию с учетом общественно-политических и социально-культурных особенностей страны изучаемого иностранного языка

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- стратегии и тактики коммуникативного поведения;
- основные типы дискурсивных практик;
- способы контактирования;
- типы обратной связи;
- характеристики целевых аудиторий;
- форматы внутриличностной, межличностной, групповой и массовой коммуникации;
- основные принципы убеждающей и аргументативной коммуникации;
- принципы композиционного построения текста;

уметь:

- анализировать речевой материал на предмет использования в нем коммуникативных стратегий и тактик, способов убеждения, воздействия и аргументирования;
- дифференцировать речевой материал по сферам общения, способам контактирования, целеустановке, типам обратной связи, характеристике аудитории;
- осуществлять выбор речевых стратегий, тактик и языкового материала в соответствии с предлагаемой коммуникативной ситуацией;
- применять стратегии и тактики организации и проведения всех типов дискуссии в реальных форматах;
- на основе предлагаемых образцов создавать ранжированные письменные тексты;
- анализировать особенности композиционного построения монологических, диалогических и полилогических высказываний;
- строить собственные высказывания с учетом композиционных особенностей данного типа текста;

владеть:

- приемами разработки коммуникативных тактик;
- методами выбора речевых стратегий.

В результате изучения учебной дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» студент также должен уметь применять эффективные стратегии и тактики устной и письменной коммуникации на иностранном языке для решения профессиональных задач, проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Изучение учебной дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» рассчитано на 278 академических часов, из них – 132 аудиторных часа (практические занятия), 146 часов отводится на самостоятельную работу студентов.

Форма получения высшего образования – очная.

Форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел «Стратегии коммуникативного поведения»

Тема 1. Эффективная коммуникация: ответственный выбор

Определение коммуникации. Основные составляющие коммуникативного поведения. Ключевые характеристики эффективной коммуникации. Уровни коммуникации.

Стратегии установления контакта и формирование взаимопонимания. Эффективные коммуникативные стратегии в современной политике, рекламе, сфере торговли, образования и т.д.

Тема 2. Типы и характеристики целевых аудиторий

Психология целевой аудитории. Демографический анализ аудитории. Ситуационный анализ аудитории.

Источники получения информации о целевой аудитории. Метод анкетирования.

Тема 3. Правила эффективной организации презентаций

Как подготовиться к презентации. Структура презентации.

Типы вступлений. Тактики и приемы привлечения внимания.

Типы заключений. Техники и приемы, используемые в заключениях.

Стратегии связности в презентации. Коннекторы. Тактики поддержания внимания.

Как оперировать данными в презентации. Стратегии и тактики представления данных. Использование визуальных средств.

Тема 4. Эффективная информационная презентация

Стратегии и тактики информирования.

Типы информирующих речей (об объекте, событии, процессе, понятии/концепте).

Композиционная организация информационных презентаций.

Рекомендации по составлению информационных выступлений.

Тема 5. Стратегии убеждения

Стратегии построения и укрепления доверия к адресату.

Использование доказательств и вспомогательных материалов.

Стратегии аргументирования.

Апелляция к эмоциям как стратегия убеждения.

Тема 6. Эффективная персуазивная презентация

Этический аспект убеждения. Психология убеждения. Восприятие убеждающего сообщения.

Типы убеждающих речей.

Композиционная организация персуазивных презентаций.

Рекомендации по составлению персуазивных выступлений.

Тема 7. Построение личного бренда

Личный бренд или я-бренд: идея, суть, позиционирование. Основные этапы создания персонального бренда. Стратегии самопрезентации.

Раздел «Профессиональное общение»

Тема 1. Профессиональная коммуникация в 21 веке

Значимость коммуникации в современном деловом мире. Активные составляющие профессиональной коммуникации. Особенности конструирования эффективной профессиональной коммуникации в 21 веке.

Тема 2. Мир бизнеса: становление и развитие современных компаний

Начальный этап становления бизнеса. Идеи и маркетинговое продвижение для стартапов. Растущие компании. Слияние и поглощение компаний. Известные корпорации.

Тема 3. Эффективное собеседование при приеме на работу

Подготовка к собеседованию: изучение должностных инструкций и обязанностей, составление краткого резюме об образовании и профессиональном опыте. Ключевые вопросы во время собеседования. Результативные ответы на вопросы работодателя. Фразы-клише, конструирующие успешное интервью. Невербальное поведение в процессе собеседования. Психологическая подготовка к

беседе с работодателем. Моделирование собственного поведения во время собеседования.

Тема 4. Искусство управления компанией и эффективный менеджмент

Типы компаний. SWOT-анализ компании: правила и примеры составления. Планирование и постановка целей. Конструирование эффективного бизнес-плана. Умение работать в команде. Лидерство и мотивация. Портрет успешного менеджера: необходимые качества и умения.

Тема 5. Эффективная коммуникация внутри организации

Общение с коллегами. Конструирование команды, поддержка и наставничество. Делегирование полномочий и контролирование. Тактика активного слушания. Работа с «трудными» коллегами. Моделирование собственного коммуникативного поведения. Пути преодоления конфликтных ситуаций внутри компании. Оценка качества работы и поощрения сотрудников. Корпоративная культура.

Тема 6. Установление деловых контактов

Короткая деловая презентация компании с указанием основных параметров работы. Конструирование результативной короткой самопрезентации специалиста. Конструирование результативной короткой презентации идеи, услуги, компании. Социализация: принятие и отклонение предложений о сотрудничестве, отправление запросов и деловых предложений, выражение согласия и несогласия. Умение слушать, виды полезного слушания для установления контактов. Конструирование возможных коммуникативных ситуаций с целью установления деловых контактов.

Тема 7. Искусство ведения переговоров

Деловые встречи. Стратегии и тактики выражения мнения, уточнения, разъяснения, внесения предложений, реагирования, принятия или отклонения предложений. Этапы проведения переговоров: установление отношений, началь-

ные позиции сторон, ведение переговоров, заключение сделки. Умение заключать сделки в ходе ведения переговоров. Моделирование собственного коммуникативного поведения в переговорном процессе.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Номер раздела, темы раздела	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов СРС	Форма контроля
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
7 семестр							
I	Стратегии коммуникативного поведения						
1.	Эффективная коммуникация: ответственный выбор		6			2	Контрольный опрос
2.	Типы и характеристики целевых аудиторий		6			4	Контрольный опрос
3.	Правила эффективной организации презентаций		10			6	Презентация
4.	Эффективная информационная презентация		10			6	Презентация
5.	Стратегии убеждения		10			6	Контрольный опрос
6.	Эффективная персуазивная презентация		10			6	Презентация
7.	Построение личного бренда		8			4	Участие в дискуссии
8.	Промежуточная аттестация					36	Экзамен
	Всего за 7-ой семестр		60			70	
1	2	3	4	5	6	7	8

8 семестр							
II	Профессиональное общение						
1.	Профессиональная коммуникация в 21 веке		4			4	Контрольный опрос
2.	Мир бизнеса: становление и развитие современных компаний		8			6	Участие в дискуссии
3.	Эффективное собеседование при приеме на работу		12			6	Ролевая игра
4.	Искусство управления компанией и эффективный менеджмент		12			6	Презентация
5.	Эффективная коммуникация внутри организации		12			6	Контрольный опрос
6.	Установление деловых контактов		12			6	Ролевая игра
7.	Искусство ведения переговоров		12			6	Ролевая игра
8.	Промежуточная аттестация					36	Экзамен
	Всего за 8-ой семестр		72			76	
ВСЕГО: 278 часов			132			146	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Поплавская, Т. В. Английский язык. Проблемы коммуникации : учеб. пособие для вузов / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. – М. : Юрайт, 2018 – 175 с.
2. Профессиональная коммуникация = Professional Communication : пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» / М. А. Гладко, О. А. Шуманская, Е. П. Маюк, Е. В. Шилей, В. Н. Поклад, М. Ю. Крылович. – Минск : МГЛУ, 2016. – 292 с.
3. Emmerson, P. Business English Handbook. Advanced. The whole of business in one book / P. Emmerson. – Macmillan Publishers Limited, 2011. – 128 p.
4. Lucas, S. E. The Art of Public Speaking / S. E. Lucas, P. Stob. – 13th ed. – New York : McGraw-Hill Education, 2019. – 449 p.

Перечень дополнительной литературы

1. Стратегии коммуникативного поведения = Strategies of Communicative Behaviour : пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)» / Н. В. Алешкевич, Т. Н. Карпилович. – Минск : МГЛУ, 2017. – 152 с.
2. Barrett, B. Networking in English. Informal communication in business / B. Barrett, P. Sharma. – Macmillan Publishers Limited, 2015. – 112 p.
3. Dignen, B. Communicating Across Cultures / B. Dignen. – Cambridge University Press, 2011. – 96 p.
4. Emmerson, P. Business Vocabulary Builder. Intermediate to Upper Intermediate. The words and phrases you need to succeed / P. Emmerson. – Macmillan Publishers Limited, 2013. – 176 p.

5. Guffey, M. E. Essentials of Business Communication / M. E. Guffey, D. Loewy. – South-Western, Cengage Learning, 2012. – 592 p.

6. Means, T. L. Business Communication / T. L. Means. – South-Western, Cengage Learning, 2010. – 672 p.

7. Stephens, B. Meetings in English. Be effective in international meetings / B. Stephens. – Macmillan Publishers Limited, 2011. – 126 p.

Экзаменационные вопросы по дисциплине

Раздел «Стратегии коммуникативного поведения»

1. The speech communication process
2. Public speaking in a multicultural world
3. The psychology of audiences
4. Demographic audience analysis
5. Situational audience analysis
6. Getting information about the audience
7. Adapting to the audience
8. Organizing the body of the speech
9. Beginning and ending the speech
10. Connectives and supporting materials
11. Using visual aids
12. Informative speeches
13. Methods of persuasion
14. Persuasive speeches
15. Personal branding

Раздел «Профессиональное общение»

1. Global issues for the 21st century
2. Globalization and economic policy
3. Industries and companies

4. Setting up and growing a business
5. Job interview
6. CV (resume) and cover letter
7. Management styles and qualities
8. Planning and setting objectives
9. Organizing time and work
10. SWOT analysis
11. Leading and motivating
12. Corporate strategy and structure
13. Managing people
14. Networking
15. Meetings and negotiations

Образовательные технологии

Дисциплина «Стратегия коммуникативного поведения» предусматривает использование следующих инновационных образовательных технологий: ролевые игры, презентации, анализ конкретных ситуаций, дискуссии, дебаты. В ходе обучения активно используется парная и групповая работа.

Требования к выполнению самостоятельной работы студентов

№ п/п	Название раздела, темы	Кол-во часов на СРС	Задание	Форма выполнения	Цель или задача СРС
I	Стратегии коммуникативного поведения	38			
1	Эффективная коммуникация: ответственный выбор	2	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка доклада по теме	Углубление и расширение профессиональных знаний по изучаемой дисциплине
2	Типы и характеристики целевых аудиторий	4	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Составление анкеты	Углубление и расширение профессиональных знаний по изучаемой дисциплине
3	Правила эффективной организации презентаций	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка презентации	Формирование навыков и развитие умений, связанных с разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения
4	Эффективная информационная презентация	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами.	Подготовка презентации	Формирование навыков и развитие умений, связанных с дифференциацией способов общения

			Изучение дополнительной литературы		
5	Стратегии убеждения	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка к дискуссии	Овладение приемами межличностной коммуникации
6	Эффективная персудивная презентация	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка презентации	Формирование навыков и развитие умений, связанных с разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения
7	Построение личного бренда	4	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка проекта	Формирование навыков и развитие умений, связанных с разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения
8	Промежуточная аттестация	36	Подготовка к экзамену		Экзамен
II	Профессиональное общение	36			
1	Профессиональная коммуникация в 21 веке	4	Подготовка к практическим занятиям. Изучение дополнительной литературы	Подготовка к дебатам	Углубление и расширение профессиональных знаний по изучаемой дисциплине
2	Мир бизнеса: становление и развитие современных компаний	6	Подготовка к практическим занятиям.	Подготовка к дискуссии	Углубление и расширение профессиональных знаний по изучаемой дисциплине

			Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы		
3	Эффективное собеседование при приеме на работу	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка к ролевой игре	Формирование навыков и развитие умений, связанных с разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения
4	Искусство управления компанией и эффективный менеджмент	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка презентации/проекта	Овладение приемами межличностной коммуникации
5	Эффективная коммуникация внутри организации	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка к дискуссии	Овладение приемами межличностной коммуникации
6	Установление деловых контактов	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка к ролевой игре	Формирование навыков и развитие умений, связанных с разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения

7	Искусство ведения переговоров	6	Подготовка к практическим занятиям. Работа с электронными образовательными ресурсами. Изучение дополнительной литературы	Подготовка к ролевой игре	Формирование навыков и развитие умений, связанных с разработкой стратегии собственного коммуникативного поведения
8	Промежуточная аттестация	36	Подготовка к экзамену		Экзамен

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО на 201__/201__ учебный год

№№ пп	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры межкультурной коммуникации (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

_____ (ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

_____ (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

_____ (ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

_____ (И.О.Фамилия)

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Образовательные технологии

Дисциплина «Стратегии коммуникативного поведения» предусматривает использование следующих инновационных образовательных технологий: ролевые игры, презентации, дискуссии, дебаты, проекты. В ходе обучения активно используется работа в парах и малых группах, аудиовизуальные средства.

Перечень основной литературы

1. Поплавская, Т. В. Английский язык. Проблемы коммуникации : учеб. пособие для вузов / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. – М. : Юрайт, 2018 – 175 с.
2. Профессиональная коммуникация = Professional Communication : пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» / М. А. Гладко, О. А. Шуманская, Е. П. Маяк, Е. В. Шилей, В. Н. Поклад, М. Ю. Крылович. – Минск : МГЛУ, 2016. – 292 с.
3. Emmerson, P. Business English Handbook. Advanced. The whole of business in one book / P. Emmerson. – Macmillan Publishers Limited, 2011. – 128 p.
4. Lucas, S. E. The Art of Public Speaking / S. E. Lucas, P. Stob. – 13th ed. – New York : McGraw-Hill Education, 2019. – 449 p.

Перечень дополнительной литературы

1. Стратегии коммуникативного поведения = Strategies of Communicative Behaviour : пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение

межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)» / Н. В. Алешкевич, Т. Н. Карпилович. – Минск : МГЛУ, 2017. – 152 с.

2. Эдвардс, Н. М. *Strategies for Communicative Behaviours* = Стратегии коммуникативного поведения : учеб.-метод. пособие на англ. яз. / Н. М. Эдвардс. – Минск : БГЭУ, 2018. – 96 с.

3. Barrett, B. *Networking in English. Informal communication in business* / B. Barrett, P. Sharma. – Macmillan Publishers Limited, 2015. – 112 p.

4. Dignen, B. *Communicating Across Cultures* / B. Dignen. – Cambridge University Press, 2011. – 96 p.

5. Emmerson, P. *Business Vocabulary Builder. Intermediate to Upper Intermediate. The words and phrases you need to succeed* / P. Emmerson. – Macmillan Publishers Limited, 2013. – 176 p.

6. Guffey, M. E. *Essentials of Business Communication* / M. E. Guffey, D. Loewy. – South-Western, Cengage Learning, 2012. – 592 p.

7. Means, T. L. *Business Communication* / T. L. Means. – South-Western, Cengage Learning, 2010. – 672 p.

8. Stephens, B. *Meetings in English. Be effective in international meetings* / B. Stephens. – Macmillan Publishers Limited, 2011. – 126 p.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	5
1.1. Содержание учебного материала.....	5
1.2. Тематика практических занятий.....	7
2. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	32
2.1. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов.....	32
2.2. Задания для самостоятельной работы студентов.....	32
2.3. Контрольные вопросы по темам практических занятий.....	36
2.4. Примерный перечень вопросов к экзамену.....	38
2.5. Перечень рекомендуемых средств диагностики.....	39
3. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	40
3.1. Учебная программа дисциплины.....	40
3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	60

Учебное электронное издание

Составитель
Колесник Татьяна Викторовна

СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

*Электронный учебно-методический комплекс
для студентов специальности 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение
межкультурных коммуникаций (по направлениям)*

[Электронный ресурс]

Редактор *И. П. Сергачева*
Технический редактор *Ю. В. Хадьков*

Подписано в печать 28.08.2023.
Гарнитура Times Roman. Объем 0,4 Мб

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»
Свидетельство о регистрации издателя №1/29 от 19.08.2013
220114, г. Минск, ул. Филимонова, 69.

ISBN 978-985-547-429-7



9 789855 474297