**Программа курса**

**«Успешные коммуникационные стратегии: профессия и повседневность»**

1. **Г.В. Сорина** доктор философских наук, профессор кафедры философии языка и коммуникации, научный руководитель Научно-образовательного центра

**«Философско-методологические проектирование и принятие решений»**

Модуль: 4 лекции

«Имей мужество пользоваться собственным умом!»

(интеллектуальный инструментарий успешных коммуникационных стратегий)

**Две лекции: 4 часа**

Инструментарий интеллектуальной деятельности, необходимый для проведения успешных коммуникаций. Общая характеристика инструментария интеллектуальной деятельности. Понятие как инструмент интеллектуальной деятельности. Концептуализация как необходимый элемент успешной коммуникационной стратегии. Концептуализация идеи стратегического. Общий схематизм работы понятий в различных сферах деятельности человека, включая профессию и повседневность. Понятия как формы представления различных сфер деятельности человека. Профессиональные особенности представления концептуальных стратегий. Зависимость образа мира от используемых концептуальных стратегий.

Суждение как инструмент интеллектуальной деятельности. Основные задачи суждения в процессе коммуникации. Место “задержанного суждения” в аргументационной коммуникационной стратегии. Классические и перформативные высказывания в процессе коммуникации. Этапы формирования суждений (тезисов и аргументов) как этапы развития коммуникационных стратегий. Взаимосвязь суждения и вопроса. Вопрос как инструмент интеллектуальной деятельности.

**Две лекции: 4 часа**

Вопросно-ответные процедуры в успешных коммуникационных стратегиях. Вопросно-ответные процедуры (ВОП) как необходимый инструмент креативного мышления, успешных коммуникационных стратегий в профессии и повседневности. Основные характеристики вопроса. Продуктивность античных схем вопрошания для современных коммуникационных стратегий. Методики управления мыслительной деятельностью через систему ВОП. Структура и функции вопросов. Виды и уровни вопрошания. Место ВОП в процессе выбора соответствующей коммуникационной стратегии. Вопрос как показатель статуса спрашивающего, его когнитивной компетентности.

***Основная литература:***

Г.В. Сорина. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. М., 2009.

***Дополнительная литература:***

*Брюшинкин В.Н*. Практический курс логики для гуманитариев. М., 1996.

*Вежбицка А*. Из книги «Семантические примитивы». Введение // Семиотика. М., 1983. С. 225 – 252.

*Гадамер Х.-Г*. Логика вопроса и ответа // Истина и метод. М., 1988. С.434–445.

*Грифцова И. Н.* Логика как теоретическая и практическая дисциплина. М., 1998.

*Грязнов Б.С.* Логика. Рациональность. Творчество. М., 1982.

*Дейк ван Т.А.* Язык, познание, коммуникация. М., 1989.

*Друкер П.* Задачи менеджмента в XXI веке. М.; СПб; Киев, 2003.

*Дьюи Дж.* Психология и педагогика мышления. М., 1999.

*Зуб А.Т*. Стратегический менеджмент. Теория и практика. М., 2002.

*Клаузевиц К.* О войне. М., 1934.

*Коллингвуд Р.Дж.* Идея истории. Автобиография. М.,1980.

*Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж.* Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента. СПб., 2000.

*Миронов В.В., Сорина Г.В.* Философский факультет и современное инновационное развитие // Ценности и смыслы. 2011. N 7. С. 6-17.

*Парсонс Т*. О структуре социального действия. М., 2000.

*Почепцов Г.Г*. Теория коммуникации. М., 2006.

*Сорина Г. В.* Вопросно-ответная процедура в коммуникативном действии: практичность и функциональность // Вестник Российского философского общества. 2000. № 4. С. 55–60.

*Сорина Г. В*. Искусство аргументации сквозь призму вопросно-ответных процедур // Мысль и искусство аргументации. М., 2003. С. 90–113.

*Сорина Г.В.* Вопросно-ответные процедуры в управленческой деятельности // Ценности и смыслы. 2009. N 1. С. 117­130.

*Сорина Г.В.* Новый синкретизм в системе подготовки специалистов высшей квалификации // Философские науки. 2009. N 9. С. 89­102.

*Сорина Г.В., Ярмак Ю.В.* Политический интеллект: философско-методологический анализ // Ценности и смыслы. 2012. N 6. С. 23–36.

*Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж.* Стратегический менеджмент. М., 1998.

*Хинтикка Я*. Вопрос о вопросах // Философия и логика. М., 1974. С.303–362.

*Хинтикка Я., Хинтикка М.* Шерлок Холмс против современной логики: к теории поиска информации с помощью вопросов // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. С.265– 81.

*Якокка Л*. Карьера менеджера. М.,1991.

*Ярмак Ю.В*. Профессионализм политической элиты: теория и практика. М., 2002.

*Dewey J.* How we think // John Dewey: The Middle Works Ed. by J.B.Boydston. Carbondale: Southern Illinois University Press, 1978. Vol. YI. P. 177-356 (originally published 1910).

*Gale S.* Prolegomenon to an Interrogative Theory of Scientific Inquiry // Questions. Dordrecht, Boston, 1978.

*Harrah D.* Communication: A Logical Model. Cambridge Press, 1963.

*Maslow A.* Motivation and Personality. New York, 1954.

*Simon H.A.* The new Science of Management Decision. Harper, New York, 1960.

Social Skills in Interpersonal Communication / Owen Hargie, Ch. Saunders, D. Dickson. Routledge: London and New York, 1995.

1. **Шаронов Д.И.** к.ф.н., доцент кафедры философии языка и коммуникации.

Модуль «**Основы управления репутационными рисками организации»**

Целью курса является знакомство с возможностями и ограничениями процессов управления репутационными рисками компании

Задачами дисциплины являются:

1. Знакомство с ключевыми трендами развития практик социальной корпоративной ответственности в современном мире;

2. Овладение методиками типологии и прогнозирования организационных рисков;

3. Выработка первичных навыков применения инструментария антикризисного реагирования в современной организации

**Лекция 1. Управление репутацией современной компании.**

Исходные понятия и определения. «Корпоративное гражданство», его нормы и ценности. Международные стандарты и российская специфика. Репутационный аудит. Концепция социальной ответственности организации.

**Лекция 2. Репутационные риски и их оценка.**

Риск-менеджмент в управлении проектами. Роль ситуационного анализа и прогнозирования. Типология рисков: вероятность и величина возможных потерь. Коммуникационные аспекты репутационных рисков: сообщения СМИ, слухи, индустриальные рейтинги. Экспертные комментарии и их последствия.

**Лекция 3. Фазы проблемного управления.**

Основные этапы «жизненного цикла» проблемной ситуации. Латентный этап: риск актуализации. Идентификация проблемы. Сбор данных и спонтанные утечки. Роль СМИ: угроза драматизации сценария. Поиск стратегий и процедур фасилитации конфликта. Варианты разрешения проблемной ситуации. Пост-кризисное реагирование.

**Лекция 4. Работа с медиа**

Особенности журналистских запросов. Пул, аккредитация и эксклюзивы. Инструменты поддержания лояльности медиа. Пресс- мероприятия: брифинг и «тяжелая» пресс-конференция. A&Q, ключевые тезисы и другие разработки. Медиа-тренинг руководства (возможности и ограничения).

Рекомендуемая литература:

1. Ариф З. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости.- М.:2008
2. Безгодова О.В. Управление репутационными рисками в условиях минимизации PR- бюджета //Индустриальный и B2B маркетинг, 2009, №2, С.106 - 114
3. Гриффин Э. Управление репутационными рисками: стратегический подход.- М.:2008
4. *Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности.- М.: 2003*
5. Олейник И., Лапшов А. «Плюс/Минус» репутация.- Самара: 2003
6. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. — СПб.: 2003
7. Сальникова Л.С. Репутация в российском бизнесе технологии создания и укрепления.- М.: 2008
8. **Сегал А.П.** к.ф.н., научный сотрудник, зам. зав. кафедрой философии языка и коммуникации по научной работе.

**Лекция 1. Ошибка победителей, или как не надо строить стратегию коммуникаций**

В наше время одним из движущих мотивов образования для молодого поколения стал успех. Успешность действий рассматривается едва ли не как главное, чему им следует обучаться. В то же время на Западе романтический период гонки за успехом закончился, и исследователи в области гуманитарных наук настроены довольно пессимистично (или, по крайней мере, реалистично). Свидетельством тому, к примеру, весьма популярная теория «Черного лебедя», рассматривающая неучтенные факторы успеха и неуспеха и трактующая рекомендации по «селф-мейкингу» как «систематическую ошибку отбора».

В лекции предложен анализ негативного опыта коммуникаций с точки зрения преодоления т.н. «ошибки выживших» – неучета действий, ведущих к неудаче.

Выделяются два типа фатальных ошибок коммуникативного проекта: в постановке цели и в определении целевой аудитории, – и эти ошибки связываются с обыденным восприятием процесса коммуникаций.

**Лекция 2. Повседневные коммуникации. Обыденное сознание как субъект и объект коммуникаций.**

В лекции будет показана специфика восприятия носителя обыденного сознания. При ближайшем рассмотрении обыденное сознание предстает как «отрицательная определенность» сознания, его непосредственная, поверхностная сторона. Однако говорить о том, что обыденное сознание – это сознание необразованного человека – неверно. Сегодня наука становится непосредственной производительной силой, и знания даже рядовых людей несравнимы со знаниями прежних поколений. Обыденное сознание «умнеет». Но при этом проявление «обыденности» не уменьшается. Более того, оказывается, что даже носители научного знания за пределами своей «научной повседневности» предстают как носители обыденного сознания.

Сознание становится обыденным тогда, когда перестает рефлексировать свое пребывание вне своей зоны компетентности, точнее – в зоне своей некомпетентности. Именно поэтому, например, реклама постоянно стремится затянуть обыденное сознание в зону его некомпетентности: там оно беззащитно, ибо, как всегда, самоуверенно – и потому не замечает обмана.

Понимание места обыденного сознания в структуре сознания в целом представляет собой не только академический интерес, но и вполне практическую ценность: при стратегическом планировании коммуникаций оно, во-первых, позволяет правильно оценить целевую аудиторию и соответствующие ей каналы, формы и содержательные характеристики коммуникаций, избежать информационного «шума» и выявить недружественную манипулятивную активность.

1. **Костикова А.А.** зав. кафедрой философии языка и коммуникации, к.ф.н., доцент.

**Модули:**

-Введение в современную коммуникативистику

-Основные научно-практические подходы к коммуникации

-Невербальная семиотика

-Моделирование коммуникационных ситуаций

1. **Прокудина Е.К.** зам.зав. кафедрой философии языка и коммуникации по учебной работе, к.с.н., доцент.

Модуль «Коммуникация в креативной индустрии»