

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО
Директор института заочного обучения
М. Н. Нестеров
_____ 2016 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор института
Ю. А. Дорошенко
« 17 » _____ 06 _____ 2016 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины

Деловые коммуникации

направление подготовки:

38.03.02 Менеджмент

Направленность программы:

Стратегический менеджмент,

Маркетинг

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

заочная

Институт: экономики и менеджмента

Кафедра: маркетинга

Белгород – 2016

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России 12.01.2016 № 7;
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2016 году.

Составитель: канд. экон. наук, доц.  (Н.В. Дубино)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой стратегического управления

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.  (Ю.А. Дорошенко)

« 14 » 06 2016 г.

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой маркетинга

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.  (Е.Д. Щетинина)

« 14 » 06 2016 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

« 14 » 06 2016 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.  (Е.Д. Щетинина)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института экономики и менеджмента

« 16 » 06 2016 г., протокол № 10

Председатель: канд. экон. наук, проф.  (В.В. Выборнова)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Общекультурные			
1	ОК-4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: – закономерности межличностных, групповых и организационных коммуникаций; – национальные особенности устного и письменного межкультурного делового общения; – межличностные особенности коммуникативного поведения в деловой сфере Уметь: – различать особенности межкультурных, межличностных, групповых и организационных коммуникаций; – анализировать ситуации в области межкультурных коммуникаций; – выбирать способы коммуникации, наиболее адекватные ситуации межличностного и межкультурного взаимодействия Владеть: – навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций; – навыками устного и письменного межкультурного делового общения; – способами установления и поддержания межличностного и межкультурного взаимодействия
Общепрофессиональные			
1	ОПК-4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: – виды и принципы устного делового общения; – особенности устной диалогической деловой речи; – жанровые особенности организационно-распорядительной документации; – нормы деловой переписки по электронной почте Уметь: – осуществлять эффективную речевую самопрезентацию, устное диалогическое деловое общение; – готовить публичную речь; – осуществлять электронную деловую переписку Владеть: – навыками участия в диалогических формах делового общения, публичного выступления, электронной деловой переписки
Профессиональные			
1	ПК-12	умение организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: – особенности вербальной и невербальной деловой коммуникации; – принципы коммуникативного поведения с деловыми партнерами;

		формации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления)	– особенности проявления темперамента и характера личности возможного делового партнера; – психологические приемы влияния на партнера и способы защиты от манипуляций в деловых коммуникациях; – виды информационных барьеров при организации взаимодействия с партнерами по бизнесу Уметь: – использовать системы сбора необходимой информации для расширения делового взаимодействия; – учитывать психологические аспекты при представлении информации; – распознавать стереотипы при восприятии делового партнера в коммуникации; – использовать психологические приемы влияния на делового партнера в процессе коммуникации; – выстраивать коммуникацию, учитывая особенности темперамента делового партнера Владеть: – навыками анализа информации необходимой для расширения делового взаимодействия; – навыками анализа аудитории и/или делового партнера, приемами привлечения и поддержания внимания; – навыками применения методов и техник аргументирования и приемов влияния на партнера в процессе делового общения; – навыками психодиагностики личности делового партнера по невербальным признакам
--	--	--	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины
1.	Социология и психология
2.	Основы менеджмента
3.	Документирование управленческой деятельности

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины
1.	Управление человеческими ресурсами

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 6	Семестр № 7
Общая трудоемкость дисциплины, час	108	4	104
Контактная работа (аудиторные занятия), в т. ч.:	12	2	10
лекции	6	2	4
лабораторные			
практические	6		6
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	96	2	94
Курсовой проект			
Курсовая работа			
Расчетно-графическое задания	18		18
Индивидуальное домашнее задание			
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	78	2	76
Форма промежуточная аттестация (зачет)	Зачет		Зачет

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 3 Семестр № 6, Курс 4 Семестр № 7

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1.	Общие аспекты теории коммуникации				
1.1.	Теоретические основы коммуникации. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации Основные понятия и их определения учебного курса «Деловые коммуникации». Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время. Законы и категории, методы и функции теории коммуникации. Развитие средств коммуникации. Истоки и основные парадигмы теории коммуникации. Современные концепции коммуникации	0,5	0,5		8

1.2.	Модели и структурные компоненты коммуникационного процесса Коммуникационный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием и использование информации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства. Линейные и нелинейные модели коммуникации. Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса. Структурные компоненты коммуникации. Коммуникатор (адресант), реципиент (адресат), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция, как составные части коммуникативной цепи. Роль обратной связи. Влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная личность	1	1		10
2. Структура делового взаимодействия					
2.1.	Вербальные и невербальные деловые коммуникации Вербальная деловая коммуникация: содержание и структура. Место естественного языка среди других знаковых систем. Соотношение «языка» и «речи». Речевое общение как способ деловой коммуникации. Роль подтекста в деловом общении. Умение говорить и слушать. Спор как разновидность коммуникации. Стратегия и тактика аргументации. Невербальная деловая коммуникация: сущностные особенности и структура (паралингвистика, экстралингвистика, мимика и взгляд, жесты, организация пространства, поза и походки, контакт глаз). Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе коммуникации. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Возможности вербального и невербального воздействия на аудиторию. Убеждение и внушение как способы воздействия	0,5	0,5		8
2.2.	Коммуникативные каналы: устная, письменная и электронная форма деловой коммуникации Характеристика трех основных групп коммуникационных каналов: устной, письменной и электронной деловой коммуникации, особенности передачи информации по ним. <i>Деловой разговор</i>: беседа, деловая встреча. Проведение собеседований как инструмент управления и взаимодействия. Интервью, его типы (оценочное, предоставление полномочий, инструктивное, консультирующее) и структура. Подготовка и проведение интервью. <i>Деловое совещание</i>: виды, формы организации участников, цели и ожидаемый результат. Критика – конструктивная форма принятия эффективного решения. <i>Переговоры</i>, «круглые столы», их коммуникативная специфика. Технологии подведения партнёров к принятию решений. Специфика ведения переговоров с «трудными партнёрами». <i>Публичное выступление</i>. Специфические особенности речи: информационная, убеждающая, побуждающие речи. Страх публичного выступления и пути его преодоления. Механизмы и практические приёмы завоевания внимания аудитории. <i>Деловая полемика</i>: спор, дебаты, дискуссии, прения. Правила, возможные ошибки и тактические приёмы ведения. Управление пространством и временем. <i>Конференции, пресс-конференции и брифинги</i>, их специфика	1	1		10

	и многообразие видов. Международные конференции, семинары и организация выставок. Особенности подготовки и проведения. <i>Телефонная коммуникация</i> Психологические и этические нормы телефонного разговора. Специфика восприятия и понимания телефонных переговоров. Речевые клише и сигналы успеха. Психологические и манипулятивные техники телефонной коммуникации. <i>Культура делового письма</i> . Принципы письменных коммуникаций и характерные особенности делового стиля. Деловые письма, служебные записки, отчёты и предложения, инструкции и другая деловая письменная коммуникация. Конструирование документов и их оформление. <i>Самопрезентация и презентация</i> : презентация как форма, презентации коммерческих предложений и самопрезентации, цели и задачи, психологические приёмы и коммуникативные технологии проведения. Визуальная поддержка презентаций. Использование новых информационных технологий. Вопросы и ответы в презентации. <i>Электронная коммуникация</i> . Конспект электронного сообщения. Принципы организации Интернет-порталов				
3. Уровни деловой коммуникационной деятельности					
3.1.	Межличностная деловая коммуникация Межличностные деловые коммуникации и их особенности. Понятие коммуникативного стиля. Коммуникативные стили по А.Адлеру, К. Хорни, Джозефа Лудта и Харри Ингхэма («окно Джохари»). Продуктивные (партнерство, сотрудничество) и непродуктивные (доминирование, манипуляция, соперничество) стили взаимодействия. Стратегия продуктивных стилей взаимодействия (механизмы взаимопонимания, децентрации, эмпатии, точности и ясности в выражении потребностей, чувств, эмоций, искренности). Коммуникативные роли в межличностной деловой коммуникации. Модель управленческих коммуникаций. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации	0,5	0,5		8
3.2.	Групповая деловая коммуникация Коммуникации в группе: понятие, виды и функции. Групповая коммуникация: внутри группы, между группами, между индивидом и группой. Размер групп: малые, средние, большие. Цель коммуникации в малых и в больших группах. Характер формального, неформального, интерактивного взаимодействия в группах. Стратегии и тактики взаимодействия. Формы групповой деловой коммуникации	0,5	0,5		8
3.3.	Организационные деловые коммуникации Коммуникативная структура организации. Внешние и внутренние (вертикальные и горизонтальные) деловые коммуникации. Основные принципы коммуникативной структуры организации. Деловая коммуникационная политика организации. Типология коммуникационных сетей в организации. Структура и виды коммуникативных сетей: цепочная, звездная, иерархическая, многосвязная, веерная круговая. Типы взаимодействия персонала в организации. Служебное деловое общение. Правила служебных взаимоотношений. Конфликты в организации: структура, динамика, типология. Причины конфликтов. Стратегии поведения в конфликтных	0,5	0,5		8

	ситуациях. Индивидуальные стили разрешения конфликтов. Методы и средства разрешения и урегулирования конфликтов. Понятие корпоративная культура				
3.4.	Межкультурные особенности деловых коммуникаций Особенностей деловых коммуникаций между группами принадлежащим к разным культурам. Уяснение проблем межкультурной коммуникации. Этические основы деловых коммуникаций, различные подходы к определению этничности. Зарубежные партнеры как коммуникаторы. Международная деловая переписка и её виды. Требования стандартов международной деловой переписки и правила оформления корреспонденции. Влияние различных факторов на стиль деловой переписки. Подготовка к переговорам. Протокол перед деловой встречей: проверка благонадежности, состав делегации, программа встречи, встреча делегации, помещение для переговоров. Стили и культура деловых переговоров. Необходимость знания своего партнера. Дипломатический протокол на переговорах: тональность переговоров, модель переговоров, создание благоприятной атмосферы, члены переговоров, результат переговоров. Межкультурный деловой этикет	0,5	0,5		8
4.	Эффективность деловой коммуникации				
4.1.	Эффективность как оценочная категория деловой коммуникации. Коммуникационные барьеры Понятия эффективность и эффект. Эффекты деловой коммуникации: увеличение сбыта, приток инвестиций, улучшение внешнего финансирования, повышение внутреннего и внешнего имиджа организации, улучшение отношений с партнерами и конкурентами и др. Затраты на деловую коммуникацию. Денежные затраты на изучение аудиторий, поиск и выделение из состава аудиторий наиболее коммуникабельных групп, мониторинг коммуникационных потребностей и социальных настроений, изучение влияния на целевую аудиторию и конкурирующих коммуникаторов, покупку эфирного времени и газетных площадей, оставление сообщений, материально-технические средства коммуникации. Барьеры деловой коммуникации и пути их преодоления: технические, межъязыковые, социальные, психологические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности межличностной, групповой и организационной деловой коммуникации. Совместимость деловых партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации.	1	1		10
	ВСЕГО	6	6		78

4.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 7				
1	Общие аспекты теории коммуникации	1.1. Теоретические основы коммуникации. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации 1.2. Модели и структурные компоненты коммуникационного процесса	0,5 1	17
2	Структура делового взаимодействия	2.1. Вербальные и невербальные деловые коммуникации 2.2. Коммуникативные каналы: устная, письменная и электронная форма деловой коммуникации	0,5 1	17
3	Уровни деловой коммуникационной деятельности	3.1. Межличностная деловая коммуникация 3.2. Групповая деловая коммуникация 3.3. Организационные деловые коммуникации 3.4. Межкультурные особенности деловых коммуникаций	0,5 0,5 0,5 0,5	18
4	Эффективность деловой коммуникации	4.1. Эффективность как оценочная категория деловой коммуникации. Коммуникационные барьеры	1	18
ИТОГО:			6	70
ВСЕГО:				76

4.3. Содержание лабораторных занятий – планом не предусмотрено.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

№ п/п	Наименование раздела дисципли- ны	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Общие аспекты теории коммуника- ции	1. Соотношение понятий коммуникация и общение: различные подходы 2. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности: общая характеристика 3. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации 4. Современные концепции коммуникации 5. Роль коммуникаций в развитии общества и налаживании деловых связей 6. Особенности современного коммуникативного пространства. Понятие «коммуникативное время» 7. Коммуникативная компетентность и ее роль в современных условиях 8. Сущность и структура деловых коммуникаций. Факторы их эффективности 9. Виды деловых коммуникаций 10. Аудитория деловой коммуникации: объективные и субъективные характеристики 11. Коммуникативная личность 12. Коммуникативные каналы 13. Характеристика основных групп коммуникативных каналов 14. Основные теоретические модели коммуникации 15. Линейные и нелинейные модели коммуникации 16. Социологические и психологические модели коммуникации 17. Содержание коммуникационного процесса 18. Характеристика основных элементов коммуникационного процесса 19. Этапы коммуникационного процесса. Роль обратной связи
2	Структура делово- го взаимодействия	20. Вербальная деловая коммуникация: содержание и структура 21. Невербальная деловая коммуникация: сущностные особенности и структура 22. Возможности вербального и невербального делового воздействия на аудиторию 23. Убеждение и внушение как способы воздействия на аудиторию 24. Ведение деловых переговоров, принципы, нормы, ситуативные особенности 25. Публичная деловая коммуникация: сущность, формы, жанры 26. Подготовка и проведение презентаций и выставок, пресс-конференций и брифингов 27. Понятие имидж в деловой коммуникации 28. Функции и коммуникативные аспекты публичных речей 29. Способы преодоления конфликтов в деловой коммуникации 30. Устная деловая коммуникация: свойства, виды, ситуационная

		обусловленность 31. Письменная деловая коммуникация: свойства, виды, функции 32. Электронная деловая коммуникация. Принципы организации Интернет-порталов
3	Уровни деловой коммуникационной деятельности	33. Уровни деловой коммуникационной деятельности: общая характеристика 34. Понятие межличностной деловой коммуникации 35. Эффективное межличностное деловое общение 36. Групповые деловые коммуникации: понятие, виды и функции 37. Деловые коммуникации в малых и больших группах 38. Организационные деловые коммуникации: формы и методы 39. Психологический климат в трудовом коллективе 40. Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений 41. Эффективность организационных коммуникаций. Корпоративная культура 42. Этические основы деловых коммуникаций 43. Межкультурная деловая коммуникация: понятие, уровни, формы 44. Типы восприятия межкультурных различий 45. Проблемы межкультурной коммуникации. Зарубежные партнеры как коммуникаторы
4	Эффективность деловой коммуникации	46. Понятие эффективности деловых коммуникаций 47. Понятие и виды коммуникационных барьеров. Пути и способы их преодоления

5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем – планом не предусмотрено.

5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий

В рамках данной учебной дисциплины выполняется расчетно-графическое задание (РГЗ), главная цель которого – выработать навыки творческого подхода к систематизации, расширению и закреплению теоретических знаний и практических навыков, полученных в процессе изучения курса «Деловые коммуникации».

РГЗ должно состоять из введения, основной части (теоретический и практический разделы), заключения и списка использованной литературы и иметь следующее содержание:

Титульный лист должен содержать: название университета, название института и кафедры; название учебной дисциплины; тему и объект работы, фамилию и инициалы студента, курс, номер группы; должность, фамилию и инициалы преподавателя (образец представлен в приложении).

Содержание должно воспроизводить названия разделов и подразделов, которые раскрывают тему теоретической части работы, а также практической части выполненных вариантов заданий с указанием номеров страниц, на которых они размещены.

Введение. Во «Введении» студент раскрывает сущность и состояние научной проблемы, ее актуальность, обосновывает необходимость проведения исследования, цель написания работы и задачи по ее достижению. Цель должна выте-

коть из названия темы, задачи формулируются исходя из плана (содержания) работы.

Основная часть. Состоит из двух разделов. Раздел I - теоретический – включает характеристику современного состояния проблемы (отвечает выбранной теме), описание нормативной базы, взгляды различных авторов на проблему, позитивные и негативные последствия проблемы. Также во время обоснования необходимо применить аналитическую информацию (статистические справочники, периодические издания и пр.). Раздел II – приводятся индивидуальные варианты практических заданий, их выполнение студентом осуществляется на базе конкретной бизнес-организации (или при отсутствии такой возможности на примере условной), выбор которой согласовывается с преподавателем.

Заключение. В заключении должны быть подведены итоги работы, здесь излагаются обоснованные результаты, полученные студентом в процессе достижения цели работы, возможно, перечень предложений и рекомендаций и практические результаты, полученные во втором разделе.

Список литературы. Источники размещают в списке в алфавитном порядке фамилий первых авторов или заголовков. Сведения об источниках, включенных в список, необходимо предоставлять согласно требованиям государственного стандарта с обязательными ссылками на них в работе.

Приложения могут быть включены при необходимости. При наличии нескольких приложений оформляется отдельная страница «Приложения», номер которой является последним и относится к объему расчетно-графического задания. В приложения могут быть включены материалы, являющиеся копией документов, отчетов, или таблицы, обобщающие схемы или диаграммы.

Перечень тем теоретического раздела расчетно-графического задания

1. Деловая коммуникация. Понятие и сущность. Виды и формы
2. Модели деловых коммуникаций
3. Значение вербальных и невербальных параметров в деловой коммуникации
4. Виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления
5. Коммуникативная компетентность и ее значение в деловой коммуникации
6. Личная эффективность как основа коммуникативной компетенции
7. Уровни деловой коммуникационной деятельности: общая характеристика
8. Гендерные аспекты делового коммуникативного поведения
9. Деловая коммуникация в межкультурном контексте
10. Особенности западного и восточного делового дискурса
11. Феномен культурного шока его значение в деловой коммуникации
12. Факторы, влияющие на кросс-культурную деловую коммуникацию: стереотипы, предрассудки, дискриминация
13. Вербальные и невербальные межкультурные коммуникации: проявление межкультурных различий в языке и ментальности
14. Манипуляции в деловой коммуникации. Их виды и формы

15. Манипулятивные воздействия с помощью методологии нейролингвистического программирования
16. Этические основы деловых коммуникаций
17. Деловой этикет в разных культурах
18. Деловой телефонный этикет
19. Публичная деловая коммуникация: сущность, формы, жанры
20. Подготовка и проведение презентаций и выставок, пресс-конференций и брифингов
21. Психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров
22. Деловая риторика: основные особенности проведения эффективных презентаций и переговоров
23. Функции деловых переговоров, составляющие процесса деловых переговоров. Стили деловых переговоров
24. Давление в переговорах и способы противостояния в деловых переговорах
25. Манипуляции и запрещенные приемы в деловых переговорах
26. Критика и комплименты в деловой коммуникации
27. Конфликты и конфликтные ситуации в деловых отношениях. Пути и способы их разрешения
28. Коммуникативные ошибки при кросс-культурном взаимодействии
29. Специфика составления деловой корреспонденции
30. Виды и способы презентации. Техника успешных презентаций. Основные ошибки при проведении презентаций
31. Электронная коммерция и деловая коммуникация
32. Маркетинговые деловые коммуникации: состав, выбор, организация, оценка эффективности
33. Реклама как эффективный вид деловой коммуникации
34. Функции и коммуникативные аспекты публичных речей
35. Понятие имидж в деловой коммуникации
36. Особенности деловой коммуникации в Интернет
37. Коммуникация в Интернет с представителями разных культур
38. Специфика деловой коммуникации в сетевых сообществах
39. Особенности делового общения в профессиональных сетевых сообществах
40. Специфика онлайн переговоров
41. Деловая коммуникация в агентных и человеко-агентных системах
42. Особенности деловой коммуникации в сетях мобильной связи
43. Деловая коммуникация в блогах
44. Использование информационных технологий в тайм-менеджерских практиках
45. Эффективность деловых коммуникаций

5.4. Перечень контрольных работ – планом не предусмотрено.

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

6.1. Перечень основной литературы

1. *Щетинина, Е.Д.* Деловые коммуникации: учеб. пособие / Е.Д. Щетинина; Н.В. Дубино; М.С. Старикова. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2013. – 161 с.
2. *Щетинина, Е.Д.* Деловые коммуникации промышленного предприятия: метод. указания к выполнению расчетно-граф. задания / БГТУ им. В.Г. Шухова, каф. маркетинга; сост.: Е.Д. Щетинина, Н.В. Дубино. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2016. – 23 с.
3. *Дубино, Н.В.* Деловые коммуникации промышленного предприятия: учебное пособие / Н.В. Дубино, Е.Д. Щетинина, М.С. Старикова. – Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. – 305 с.
4. *Щетинина, Е.Д.* Деловые коммуникации: [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Е.Д. Щетинина, Н.В. Дубино, М.С. Старикова; БГТУ им. В.Г. Шухова. – Электрон. текстовые дан. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2013. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014040921040088035900001041>
5. *Щетинина, Е.Д.* Деловые коммуникации промышленного предприятия [Электронный ресурс]: метод. указания к выполнению расчетно-граф. задания / БГТУ им. В. Г. Шухова, каф. маркетинга; сост.: Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино. – Электрон. текстовые дан. – Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016050613204069000000653303>
6. *Дубино, Н.В.* Деловые коммуникации промышленного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Дубино, Е.Д. Щетинина, М.С. Старикова. – Электрон. текстовые дан. – Белгород: Издательство БГТУ им. В.Г. Шухова, 2016. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016050613204069000000653303>

6.2. Перечень дополнительной литературы

1. *Руднев, В.Н.* Риторика. Деловое общение: учеб. пособие / В.Н. Руднев. – 2-е изд., Испр. и доп. – Москва: КНОРУС, 2014. – 352 с.
2. *Лёгочкина, Е.Н.* Культура речи и делового общения: учеб. пособие / Е.Н. Лёгочкина, Т.А. Симанова. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2004. – 139 с.
3. *Шамаева, О.П.* Деловое общение: учеб. пособие / О.П. Шамаева. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2007. – 52 с.
4. *Лёгочкина, Е.Н.* Культура речи и делового общения [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Е.Н. Лёгочкина, Т.А. Симанова. – 2-е изд., Стер. – Электрон. текстовые дан. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2008. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2013040919365184910100002820>
5. *Шамаева, О.П.* Деловое общение: [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О.П. Шамаева; БГТУ им. В.Г. Шухова. – Электрон. текстовые дан. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2005. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2013040919392732428900006968>
6. *Кметь Е.Б.* Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление [Электронный ресурс]: учебник / Кметь Е.Б. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. – 183 с. – Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/54491>. – ЭБС «IPRbooks»

7. *Курганская М.Я.* Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: курс лекций / Курганская М.Я.- Электрон. текстовые данные. – М.: Московский гуманитарный университет, 2013. – 121 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22455>. – ЭБС «IPRbooks»

8. *Щетинина, Е.Д.* Маркетинговые коммуникации в торговле: монография / Е. Д. Щетинина [и др.]. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. – 176 с.

9. *Щетинина, Е.Д.* Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Е.Д. Щетинина, М.С. Старикова, Н.В. Дубино, Н.В. Козлова, Т. Н. Пономарева, С. М. Микалут, А.М. Петимко; БГТУ им. В. Г. Шухова. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2013. – 104 с.

10. *Щетинина, Е.Д.* Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие/ Е.Д. Щетинина, М.С. Старикова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2008.

11. *Щетинина, Е.Д.* Интегрированные маркетинговые коммуникации: монография/ Е.Д. Щетинина, Н.В. Козлова, М.С. Старикова и др. – Белгород: Из-во БГТУ, 2008.

6.3. Перечень интернет ресурсов

1. www.russcomm.ru – Российская коммуникативная ассоциация (РКА)
2. www.old.minsvyaz.ru – Министерство информационных технологий и связи РФ
3. www.ecsocman.edu.ru – Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (информация по массовой, политической, деловой коммуникации и образованию)
4. www.md-marketing.ru – информационный портал о маркетинге
5. www.triz-gi.ru – система «Триз-шанс»: методики и технологии рекламы, PR, маркетинга и бизнеса
6. www.polit-hub.spb.ru – портал по политической коммуникации «Комму-татор»
7. www.modetel.ru – аналитические обзоры в области телекоммуникаций
8. www.telecomru.ru – телекоммуникации России (новости, обзор и исследование рынка телекоммуникаций)
9. www.mis.ru – МИС-Информ еженедельные новости рынка коммуникаций
10. www.cfin.ru – корпоративный менеджмент, теория и практика
11. www.iprbookshop.ru – электронно-библиотечная система

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Аудитории для проведения лекционных и практических занятий оснащены учебной мебелью, портативным мультимедийным комплексом (ноутбук, цифровой проектор, средства звуковоспроизведения, экран), имеющим выход в сеть Интернет. Информационное обеспечение: пакет программ *Microsoft Office*.

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2017/2018 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от « 06 » июня 2017 г.

Заведующий кафедрой _____ / Дорошенко Ю.А./
подпись, ФИО

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д./
подпись, ФИО

Директор института _____ /Дорошенко Ю.А./
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2018/2019 учебный год.

Протокол № 8 заседания кафедры от « 15 » мая 2018 г.

Заведующий кафедрой _____ / Дорошенко Ю.А./
подпись, ФИО

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д./
подпись, ФИО

Директор института _____ /Дорошенко Ю.А./

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2019/2020 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от « 11 » июня 2019 г.

Изменения по пункту 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единицы, 108 часов

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 6	Семестр № 7
Общая трудоемкость дисциплины, час	108	2	106
Контактная работа (аудиторные занятия), в т. ч.:	6	2	4
лекции	4	2	2
лабораторные			
практические	2		2
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	102		102
Курсовой проект			
Курсовая работа			
Расчетно-графическое задания	18		18
Индивидуальное домашнее задание			
Другие виды самостоятельной работы	84		84
Форма промежуточная аттестация (зачет)	Зачет		Зачет

Изменения по пункту 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 3 Семестр № 6, Курс 4 Семестр № 7

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
4.	Общие аспекты теории коммуникации				
1.1.	Теоретические основы коммуникации. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации Основные понятия и их определения учебного курса «Деловые коммуникации». Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время. Законы и категории, методы и функции теории коммуникации. Развитие средств коммуникации. Истоки и основные парадигмы теории коммуникации. Современные концепции коммуникации	0,20	0,20		10

1.2.	Модели и структурные компоненты коммуникационного процесса Коммуникационный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием и использование информации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства. Линейные и нелинейные модели коммуникации. Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса. Структурные компоненты коммуникации. Коммуникатор (адресант), реципиент (адресат), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция, как составные части коммуникативной цепи. Роль обратной связи. Влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная личность	0,25	0,25	10
5. Структура делового взаимодействия				
2.1.	Вербальные и невербальные деловые коммуникации Вербальная деловая коммуникация: содержание и структура. Место естественного языка среди других знаковых систем. Соотношение «языка» и «речи». Речевое общение как способ деловой коммуникации. Роль подтекста в деловом общении. Умение говорить и слушать. Спор как разновидность коммуникации. Стратегия и тактика аргументации. Невербальная деловая коммуникация: сущностные особенности и структура (паралингвистика, экстралингвистика, мимика и взгляд, жесты, организация пространства, поза и походки, контакт глаз). Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе коммуникации. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Возможности вербального и невербального воздействия на аудиторию. Убеждение и внушение как способы воздействия	0,20	0,20	10
2.2.	Коммуникативные каналы: устная, письменная и электронная форма деловой коммуникации Характеристика трех основных групп коммуникационных каналов: устной, письменной и электронной деловой коммуникации, особенности передачи информации по ним. <i>Деловой разговор</i> : беседа, деловая встреча. Проведение собеседований как инструмент управления и взаимодействия. Интервью, его типы (оценочное, предоставление полномочий, инструктивное, консультирующее) и структура. Подготовка и проведение интервью. <i>Деловое совещание</i> : виды, формы организации участников, цели и ожидаемый результат. Критика – конструктивная форма принятия эффективного решения. <i>Переговоры</i> , «круглые столы», их коммуникативная специфика. Технологии подведения партнёров к принятию решений. Специфика ведения переговоров с «трудными партнёрами». <i>Публичное выступление</i> . Специфические особенности речи: информационная, убеждающая, побуждающая речи. Страх публичного выступления и пути его преодоления. Механизмы и практические приёмы завоевания внимания аудитории. <i>Деловая полемика</i> : спор, дебаты, дискуссии, прения. Правила, возможные ошибки и тактические приёмы ведения. Управление пространством и временем. <i>Конференции, пресс-конференции и брифинги</i> , их специфика	0,25	0,25	10

	и многообразие видов. Международные конференции, семинары и организация выставок. Особенности подготовки и проведения. <i>Телефонная коммуникация</i> Психологические и этические нормы телефонного разговора. Специфика восприятия и понимания телефонных переговоров. Речевые клише и сигналы успеха. Психологические и манипулятивные техники телефонной коммуникации. <i>Культура делового письма</i> . Принципы письменных коммуникаций и характерные особенности делового стиля. Деловые письма, служебные записки, отчёты и предложения, инструкции и другая деловая письменная коммуникация. Конструирование документов и их оформление. <i>Самопрезентация и презентация</i> : презентация как форма, презентации коммерческих предложений и самопрезентации, цели и задачи, психологические приёмы и коммуникативные технологии проведения. Визуальная поддержка презентаций. Использование новых информационных технологий. Вопросы и ответы в презентации. <i>Электронная коммуникация</i> . Конспект электронного сообщения. Принципы организации Интернет-порталов				
6. Уровни деловой коммуникационной деятельности					
3.1.	Межличностная деловая коммуникация Межличностные деловые коммуникации и их особенности. Понятие коммуникативного стиля. Коммуникативные стили по А.Адлеру, К. Хорни, Джозефа Лифта и Харри Ингхэма («окно Джохари»). Продуктивные (партнерство, сотрудничество) и непродуктивные (доминирование, манипуляция, соперничество) стили взаимодействия. Стратегия продуктивных стилей взаимодействия (механизмы взаимопонимания, децентрации, эмпатии, точности и ясности в выражении потребностей, чувств, эмоций, искренности). Коммуникативные роли в межличностной деловой коммуникации. Модель управленческих коммуникаций. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации	0,20	0,20		8
3.2.	Групповая деловая коммуникация Коммуникации в группе: понятие, виды и функции. Групповая коммуникация: внутри группы, между группами, между индивидом и группой. Размер групп: малые, средние, большие. Цель коммуникации в малых и в больших группах. Характер формального, неформального, интерактивного взаимодействия в группах. Стратегии и тактики взаимодействия. Формы групповой деловой коммуникации	0,20	0,20		8
3.3.	Организационные деловые коммуникации Коммуникативная структура организации. Внешние и внутренние (вертикальные и горизонтальные) деловые коммуникации. Основные принципы коммуникативной структуры организации. Деловая коммуникационная политика организации. Типология коммуникационных сетей в организации. Структура и виды коммуникативных сетей: цепочная, звездная, иерархическая, многосвязная, всемерная круговая. Типы взаимодействия персонала в организации. Служебное деловое общение. Правила служебных взаимоотношений. Конфликты в организации: структура, динамика, типология. Причины конфликтов. Стратегии поведения в конфликтных	0,25	0,25		10

	ситуациях. Индивидуальные стили разрешения конфликтов. Методы и средства разрешения и урегулирования конфликтов. Понятие корпоративная культура				
3.4.	Межкультурные особенности деловых коммуникаций Особенностей деловых коммуникаций между группами принадлежащим к разным культурам. Уяснение проблем межкультурной коммуникации. Этические основы деловых коммуникаций, различные подходы к определению этничности. Зарубежные партнеры как коммуникаторы. Международная деловая переписка и её виды. Требования стандартов международной деловой переписки и правила оформления корреспонденции. Влияние различных факторов на стиль деловой переписки. Подготовка к переговорам. Протокол перед деловой встречей: проверка благонадежности, состав делегации, программа встречи, встреча делегации, помещение для переговоров. Стили и культура деловых переговоров. Необходимость знания своего партнера. Дипломатический протокол на переговорах: тональность переговоров, модель переговоров, создание благоприятной атмосферы, члены переговоров, результат переговоров. Межкультурный деловой этикет	0,20	0,20		8
4.	Эффективность деловой коммуникации				
4.1.	Эффективность как оценочная категория деловой коммуникации. Коммуникационные барьеры Понятия эффективность и эффект. Эффекты деловой коммуникации: увеличение сбыта, приток инвестиций, улучшение внешнего финансирования, повышение внутреннего и внешнего имиджа организации, улучшение отношений с партнерами и конкурентами и др. Затраты на деловую коммуникацию. Денежные затраты на изучение аудиторий, поиск и выделение из состава аудиторий наиболее коммуникабельных групп, мониторинг коммуникационных потребностей и социальных настроений, изучение влияния на целевую аудиторию и конкурирующих коммуникаторов, покупку эфирного времени и газетных площадей, оставление сообщений, материально-технические средства коммуникации. Барьеры деловой коммуникации и пути их преодоления: технические, межкультурные, социальные, психологические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности межличностной, групповой и организационной деловой коммуникации. Совместимость деловых партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации.	0,25	0,25		10
	Подготовка РГЗ				18
	ВСЕГО	2	2		102

4.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 7				
1	Общие аспекты теории коммуникации	1.3. Теоретические основы коммуникации. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации 1.4. Модели и структурные компоненты коммуникационного процесса	0,20 0,25	18
2	Структура делового взаимодействия	2.1. Вербальные и невербальные деловые коммуникации 2.2. Коммуникативные каналы: устная, письменная и электронная форма деловой коммуникации	0,20 0,25	18
3	Уровни деловой коммуникационной деятельности	3.1. Межличностная деловая коммуникация 3.2. Групповая деловая коммуникация 3.3. Организационные деловые коммуникации 3.4. Межкультурные особенности деловых коммуникаций	0,20 0,20 0,25 0,20	18
4	Эффективность деловой коммуникации	4.1. Эффективность как оценочная категория деловой коммуникации. Коммуникационные барьеры	0,25	18
ИТОГО:			2	72
ВСЕГО:				74

Заведующий кафедрой _____ /Дорошенко Ю.А./
подпись, ФИО

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д./
подпись, ФИО

✓ Директор института _____ /Дорошенко Ю.А./
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2020/2021 учебный год.

Протокол № 9 заседания кафедры от « 28 » апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой _____ /Дорошенко Ю.А./
подпись, ФИО

Заведующий кафедрой _____ /Щетинина Е.Д./
подпись, ФИО

Директор института _____ /Дорошенко Ю.А./
подпись, ФИО

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение № 1

Методические указания по организации и освоению дисциплины

Дисциплина «Деловые коммуникации» представляет собой важную часть подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент». Целью преподавания дисциплины является формирование у будущих бакалавров комплекса теоретических знаний, умений и владений навыками, которые позволят им эффективно организовывать и осуществлять деловые коммуникации, необходимые для достижения целей и решения задач будущей социально-экономической деятельности.

Методика преподавания дисциплины «Деловые коммуникации» предусматривает проведение лекций, практических занятий и самостоятельную работу по настоящей программе с использованием рекомендуемых литературных источников.

Инструментами освоения учебного материала являются основные термины и понятия, составляющие категориальный аппарат дисциплины. Их осмысление, запоминание и практическое использование являются обязательным условием овладения курсом.

Формы контроля знаний обучающихся предполагают текущий и итоговый контроль. Текущий контроль знаний проводится в форме систематических опросов и периодического тестирования. Итоговой формой контроля по курсу является зачет.

На лекциях излагаются основные понятия и категории дисциплины, проводится обзор литературы, рассматривается содержание основных проблем и тем курса, освещаются наиболее сложные и важные вопросы соответствующей темы.

Практические занятия проводятся в соответствии с учебным планом по наиболее важным проблемам курса и призваны обеспечить, углубить и расширить теоретические знания, полученные в ходе изучения соответствующей темы, и предполагают активную целенаправленную работу обучающихся.

Так для закрепления и развития полученных знаний предлагаются:

- вопросы для обсуждения на практических занятиях (самопроверки);
- темы для докладов;
- ситуационные задачи или ситуации для анализа (кейс-задачи);
- упражнения и тестовые задания.

Метод кейсов способствует развитию умения анализировать ситуации, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант, составлять план его осуществления и освоить правила ведения дискуссии.

Технология работы при использовании кейсового метода предполагает следующие действия:

студент до практического занятия:

- получает информацию о ситуации (кейс), список рекомендуемой литературы,
- индивидуально готовится к занятию, т.е. знакомится с информацией, составляя целостное представление о ситуации, определяет сущность главной проблемы и второстепенные составляющие, выделяет важные факты, разрабатывает перечень практических мероприятий по реализации решения данной проблемы;

во время занятия:

- рассматривает ситуацию в группе, формулирует вопросы, углубляющие понимание проблемы;

- при обсуждении, в ходе дискуссии, разрабатывает варианты решений;

после завершения практического занятия:

- анализирует собственную деятельность в ходе подготовки и участия в работе: внимательно ли прочитана информация; учтены ли все относящиеся к проблеме факты; сделаны ли выводы из конкретной ситуации.

Самостоятельная работа является главным условием успешного освоения изучаемой учебной дисциплины и формирования высокого профессионализма будущих бакалавров. Она осуществляется в связи с подготовкой к практическим занятиям, тематика которых определяется программой курса. Практические задания предусматривают выполнение упражнений, решение задач, кейсов, а также выполнение домашних заданий.

Приступая к выполнению домашнего задания, студент должен изучить материалы лекции и практических аудиторных занятий по данной теме. Если какие-то вопросы, необходимые для выполнения домашнего задания, после этого остаются непонятными, следует воспользоваться рекомендованной преподавателем литературой или справочниками. Для освоения материала полезно разобрать решение рассмотренных в рекомендованной литературе примеров.

При оформлении решения домашних заданий следует четко разграничивать каждое из предпринимаемых в процессе решения действий. Если заданная работа требует выполнения расчетов, сначала необходимо написать формулу, по которой этот расчет будет производиться, детально описав все используемые в формуле обозначения, а затем подставлять соответствующие значения используемых величин. Желательно также записи сопровождать пояснениями, раскрывающими порядок получения используемых величин.

Если решение задач сопровождается построением графиков, они должны быть выполнены аккуратно, с выбором соответствующего масштаба и указанием единиц измерения параметров, которые будут откладываться на осях координат.

В том случае, когда задание предполагает освоение определенной схемы расчетов, необходимо строго соблюдать порядок и форму проведения расчетов (например, нельзя заменять вертикальное расположение цифр горизонтальным, произвольно изменять последовательность проводимых расчетов и т.п.). При вертикальном расположении расчетов полезно размещать записи таким образом, чтобы в числах порядки находились под соответствующими порядками.

При выполнении задания необходимо четко оформить полученный результат. Работа должна быть оформлена аккуратно и сдана в установленный преподавателем срок.

1. Общие аспекты теории коммуникации

1.1. Теоретические основы коммуникации. Исторические этапы возникновения и развития коммуникации

В первой теме рассматриваются основные понятия и их определения в курсе «Деловые коммуникации». Соотношение понятий «коммуникация» и «общение»: различные подходы. Информация, информационный обмен. Коммуникативное пространство и коммуникативное время. Законы и категории, методы и функции

теории коммуникации. Специфика законов теории коммуникации, их объективный и всеобщий характер. Условия информационного обмена в природе и обществе. Развитие средств коммуникации. Коммуникативные революции (возникновение письменности, изобретение печатного станка, внедрение электронных масс-медиа). Истоки и основные парадигмы теории коммуникации. Современные концепции коммуникации. Подходы к изучению коммуникации (Г.М. Маклюэн, К. Шеннон и др.). Основные методологические направления изучения коммуникации. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки бакалавра. Коммуникативная культура. Возрастание роли коммуникативной компетентности в современных условиях.

Термины и понятия: коммуникация, общение, информация, информационный обмен, коммуникативное пространство, коммуникативное время, коммуникативные революции, коммуникативная среда, парадигма, перцепция, масс-медиа, коммуникативная компетентность, коммуникативная культура.

1.2. Модели и структурные компоненты коммуникационного процесса

Главная цель изучения темы заключается в формировании представления о коммуникации как о процессе и структуре. Коммуникационный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием и использование информации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства. Линейные и нелинейные модели коммуникации: модель Аристотеля, модель Лассуэлла, модель Шеннона-Уивера, модель Осгуда-Шрамма и др. Достоинства и недостатки различных моделей коммуникационного процесса. Структурные компоненты коммуникации. Коммуникатор (адресант), реципиент (адресат), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция, как составные части коммуникативной цепи. Роль обратной связи. Влияние каждого звена на эффективность коммуникации. Аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная личность.

Термины и понятия: коммуникационный процесс, модель, моделирование, участник коммуникации, коммуникатор, реципиент, сообщение, код, канал, ситуация, реакция, обратная связь, коммуникативная цепь, коммуникативная установка, аудитория коммуникации, коммуникативная личность.

2. Структура делового взаимодействия

2.1. Вербальные и невербальные деловые коммуникации

Главная задача темы заключается в изучении вербальных и невербальных средств деловых коммуникаций. Вербальная деловая коммуникация: содержание и структура. Место естественного языка среди других знаковых систем. Соотношение «языка» и «речи». Речевое общение как способ деловой коммуникации. Роль подтекста в деловом общении. Проблема адекватного восприятия информации. Умение говорить и слушать. Спор как разновидность коммуникации. Стратегия и тактика аргументации. Речевое воздействие письменной информации (чтение). Невербальная деловая коммуникация: сущностные особенности и структура (паралингвистика, экстралингвистика, мимика и взгляд, жесты, организация пространства, поза и походки, контакт глаз). Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе коммуникации. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.

Возможности вербального и невербального воздействия на аудиторию. Убеждение и внушение как способы воздействия.

Термины и понятия: вербальная деловая коммуникация, семиотика, сентактика, семантика, прогматика, язык, речь, речевое общение, чтение, спор, аргументация, убеждение, внушение, невербальная деловая коммуникация, паралингвистика, экстралингвистика, мимика, жесты, организация пространства, пространственная среда, поза, походки, контакт глаз, дистанция.

2.2. Коммуникативные каналы: устная, письменная и электронная форма деловой коммуникации

Главная цель изучения темы состоит в уяснении понятия коммуникативного канала. Характеристика трех основных групп коммуникационных каналов: устной, письменной и электронной деловой коммуникации, особенности передачи информации по ним. *Деловой разговор:* беседа, деловая встреча. Проведение собеседований как инструмент управления и взаимодействия. Интервью, его типы (оценочное, предоставление полномочий, инструктивное, консультирующее) и структура. Подготовка и проведение интервью. *Деловое совещание:* виды, формы организации участников, цели и ожидаемый результат. Критика – конструктивная форма принятия эффективного решения. *Переговоры*, торги, «круглые столы», их коммуникативная специфика. Технологии подведения партнёров к принятию решений. Специфика ведения переговоров с «трудными партнёрами». *Публичное выступление.* Специфические особенности речи: информационная, убеждающая, побуждающие речи. Страх публичного выступления и пути его преодоления. Механизмы и практические приёмы завоевания внимания аудитории. *Деловая полемика:* спор, дебаты, дискуссии, прения. Правила, возможные ошибки и тактические приёмы ведения. Управление пространством и временем. *Конференции, пресс-конференции и брифинги*, их специфика и многообразие видов. Международные конференции, семинары и организация выставок. Особенности подготовки и проведения. *Консультирование и телефонная коммуникация* Психологические и этические нормы телефонного разговора. Специфика восприятия и понимания телефонных переговоров. Речевые клише и сигналы успеха. Психологические и манипулятивные техники телефонной коммуникации. Правила нейтрализации манипуляций. *Культура делового письма.* Обращения к интеллекту и личности партнёра. Принципы письменных коммуникаций и характерные особенности делового стиля. Деловые письма, служебные записки, отчёты и предложения, инструкции и другая деловая письменная коммуникация. Конструирование документов и их оформление. *Презентации:* презентация как форма, презентации коммерческих предложений и самопрезентации, цели и задачи, психологические приёмы и коммуникативные технологии проведения. Визуальная поддержка презентаций. Использование новых информационных технологий. Вопросы и ответы в презентации. *Электронная коммуникация.* Конспект электронного сообщения. Принципы организации Интернет-порталов.

Термины и понятия: коммуникативный канал, деловой разговор, деловая беседа, деловая встреча, деловое совещание, переговоры, торги, «круглые столы», публичное выступление, деловая полемика, спор, дебаты, дискуссии, прения, критика, конференции, пресс-конференции, брифинги, консультирование, телефонная коммуникация, деловое письмо, презентация, самопрезентация, элек-

тронная коммуникация, электронное сообщение, интернет-портал.

3. Уровни деловой коммуникационной деятельности

3.1. Межличностная деловая коммуникация

Главная цель темы является изучение особенностей межличностных деловых коммуникаций. Понятие коммуникативного стиля. Коммуникативные стили по А.Адлеру, К. Хорни, Джозефа Лифта и Харри Ингхэма («окно Джохари»). Продуктивные (партнерство, содружество) и непродуктивные (доминирование, манипуляция, соперничество) стили взаимодействия. Стратегия продуктивных стилей взаимодействия (механизмы взаимопонимания, децентрации, эмпатии, точности и ясности в выражении потребностей, чувств, эмоций, искренности). Коммуникативные роли в межличностной деловой коммуникации. Модель управленческих коммуникаций. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.

Термины и понятия: межличностная коммуникация, коммуникативный стиль, партнерство, содружество, доминирование, диалогическое общение, императивное общение, соперничество, децентрация, эмпатия, манипулятивная коммуникация, индивидуальное и массовое сознание, коммуникабельность, компетентность коммуникативной личности, коммуникативные роли.

3.2. Групповая деловая коммуникация

Главная цель изучения темы является ознакомление с особенностью группового субъекта деловых коммуникаций. Коммуникации в группе: понятие, виды и функции. Групповая коммуникация: внутри группы, между группами, между индивидом и группой. Размер групп: малые, средние, большие. Цель коммуникации в малых и в больших группах. Характер формального, неформального, интерактивного взаимодействия в группах. Стратегии и тактики взаимодействия. Формы групповой деловой коммуникации.

Термины и понятия: групповая коммуникация, коммуникация внутри группы, коммуникация между группами, коммуникация индивид группа, большие и малые группы, характер взаимодействия, интерактивное взаимодействие, стратегия взаимодействия.

3.3. Организационные деловые коммуникации их структура

Главная цель изучения организационных коммуникаций и их структуры. Коммуникативная структура организации. Внешние и внутренние (вертикальные и горизонтальные) деловые коммуникации. Основные принципы коммуникативной структуры организации. Деловая коммуникационная политика организации. Типология коммуникационных сетей в организации. Структура и виды коммуникативных сетей: цепочная, звездная, иерархическая, многосвязная, веерная круговая. Типы взаимодействия персонала в организации. Служебное деловое общение. Правила служебных взаимоотношений. Конфликты в организации: структура, динамика, типология. Причины конфликтов. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях. Индивидуальные стили разрешения конфликтов. Методы и средства разрешения и урегулирования конфликтов. Понятие корпоративная культура.

Термины и понятия: организационные деловые коммуникации, коммуникативная структура организации, внешняя и внутренняя коммуникация, вертикальные и горизонтальные информационные потоки, принципы коммуникативной

структуры, коммуникативная политика организации, коммуникационные сети, виды сетей, служебные взаимоотношения, конфликт, корпоративная культура.

3.4. Межкультурные особенности деловых коммуникаций

Главная цель изучения темы является изучение особенностей деловых коммуникаций между группами принадлежащим к разным культурам. Уяснение проблем межкультурной коммуникации. Этические основы деловых коммуникаций, различные подходы к определению этничности. Зарубежные партнеры как коммуникаторы. Международная деловая переписка и её виды. Требования стандартов международной деловой переписки и правила оформления корреспонденции. Влияние различных факторов на стиль деловой переписки. Подготовка к переговорам. Протокол перед деловой встречей: проверка благонадежности, состав делегации, программа встречи, встреча делегации, помещение для переговоров. Стили и культура деловых переговоров. Необходимость знания своего партнера. Дипломатический протокол на переговорах: тональность переговоров, модель переговоров, создание благоприятной атмосферы, члены переговоров, результат переговоров. Межкультурный деловой этикет.

Термины и понятия: межкультурные коммуникации, аккультурация, культурная идентичность, этничность, этническое самосознание, зарубежные партнеры, международная деловая переписка, стандарты международной деловой переписки, делегация, стиль деловых переговоров, дипломатический деловой протокол, межкультурный деловой этикет.

4. Эффективность деловой коммуникации

4.1. Эффективность как оценочная категория деловой коммуникации. Коммуникационные барьеры

Главная цель изучения темы заключается в уяснении понятия эффективность деловой коммуникации и её аспектов. Понятия эффективность и эффект. Эффекты деловой коммуникации: увеличение сбыта, приток инвестиций, улучшение внешнего финансирования, повышение внутреннего и внешнего имиджа организации, улучшение отношений с партнерами и конкурентами и др. Затраты на деловую коммуникацию. Денежные затраты на изучение аудиторий, поиск и выделение из состава аудиторий наиболее коммуникабельных групп, мониторинг коммуникационных потребностей и социальных настроений, изучение влияния на целевую аудиторию и конкурирующих коммуникаторов, покупку эфирного времени и газетных площадей, оставление сообщений, материально-технические средства коммуникации. Барьеры деловой коммуникации и пути их преодоления: технические, межъязыковые, социальные, психологические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности межличностной, групповой и организационной деловой коммуникации. Совместимость деловых партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.

Термины и понятия: эффект, эффективность, затраты, коммуникационные барьеры, технические барьеры, межъязыковые барьеры, социальные барьеры, психологические барьеры.