ОУ ВО «Южно-Уральский институт управления и экономики»

 **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)**

**ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

**Направление подготовки**

080200.62 «Менеджмент»

является единой для всех форм обучения

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

**Автор:** к.э.н. Пасешник Наталья Петровна

Челябинск

2014

**Деловые коммуникации**: Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) / Н.П. Пасешник. – Челябинск: ОУ ВО «Южно-Уральский институт управления и экономики», 2014. – 64 с.

**Деловые коммуникации:** Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) по направлению 080200.62 «Менеджмент» является единой для всех форм обучения. Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрОПОП ВО по направлению и профилю подготовки.

Программа одобрена на заседании Учебно-методического совета от 10.09.2014 года, протокол № 2.

Программа утверждена на заседании ученого совета от 24.09.2014 года, протокол № 2.

**Автор**: Н.П. Пасешник.

**Рецензенты**:

© Издательство ОУ ВО «Южно-Уральский институт управления и экономики», 2014

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| I Введение | 4 |
| II Тематическое планирование | 8 |
| III Содержание учебной дисциплины (модуля) курса | 19 |
| IV Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов | 27 |
| V Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) | 62 |
| VI Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) | 64 |

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая учебная программа дисциплины (модуля) «Деловые коммуникации» предназначена для реализации Федерального государственного стандарта Высшего профессионального образования по направлению 080200.62 «Менеджмент» и является единой для всех форм обучения.

**1 Цели и задачи дисциплины (модуля)**

Целью данного курса – дать студентам расширенное представление о сущности и формах деловой коммуникации, включая международный контекст.

**Задачи курса** состоят:

* + изучение теоретических основ деловой коммуникации, освоение коммуникативного категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий видов, уровней, форм коммуникации, являющихся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста;
	+ освоение навыков правильного общения и взаимодействия;
	+ понимание возможностей практического приложения деловой коммуникации, ее взаимосвязи с жизненной средой и речевым поведением.

После изучения данной дисциплины выпускник должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

* *организационно-управленческая деятельность:*
* участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
* формирование организационной и управленческой структуры организаций;
* организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ.

**2 Входные требования и место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Деловые коммуникации» входит в базовую часть Профессионального цикла (Б3).

Освоение дисциплины должно осуществляться после изучения дисциплины «Риторика».

Полученные в процессе изучения дисциплины «Деловые коммуникации» знания и умения могут быть опорой для изучения дисциплины «Культура речи и деловое общение».

Исходя из цели обучения и содержания программы, выбираются формы проведения занятий: лекции, семинарские занятия, выполнение конкретных заданий (case-study) и т.д.

**3 Требования к результатам освоения дисциплины (модуля) «Деловые коммуникации»**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в таблице.

Таблица - Структура компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код компетенции** | **Наименование компетенции** | **Характеристика компетенции** |
| ОК-19 | способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации | В результате студент должен:*знать/понимать:** основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций;

*уметь:** организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации;

*владеть:** навыками деловых коммуникаций.
 |
| ПК-5 | способностью эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды | В результате студент должен:*знать/понимать:** основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
* типы организационной культуры и методы ее формирования;

*уметь:** организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;

*владеть:** современным инструментарием управления человеческими ресурсами.
 |
| ПК-7 | способностью к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций | В результате студент должен:*знать/понимать:** основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
* типы организационной культуры и методы ее формирования;

*уметь:** анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
* организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;

*владеть:** навыками деловых коммуникаций;
* современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.
 |
| ПК-25 | знакомством с основами межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде | В результате студент должен:*Знать/понимать:** типы организационной культуры и методы ее формирования;

*уметь:** диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений;
* диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию.
 |

По результатам изучения дисциплины «Деловые коммуникации» студент должен:

*знать/понимать:*

* основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;
* основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций;
* типы организационной культуры и методы ее формирования;

*научиться/уметь:*

* анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
* диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию.
* диагностировать этические проблемы в организации и применять основные модели принятия этических управленческих решений;
* организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
* организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации;

*овладеть:*

* навыками деловых коммуникаций.
* современным инструментарием управления человеческими ресурсами.
* современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.

**II ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**

НАБОР 2011 г., 2012 г., 2013г., 2014г.

НАПРАВЛЕНИЕ: «Менеджмент»

СРОК ОБУЧЕНИЯ: 4 года

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: очная

**1 Объем дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Всего** **час./зач.ед., форма контроля** | **Количество семестров** |
| **Аудиторные занятия:** | **36** | **1** |
| В том числе: |  |
| Лекции | 18 |
| Практические занятия (ПЗ) | 18 |
| Семинары (С) |  |
| Лабораторные работы (ЛР) |  |
| Курсовая работа (проект)  |  |
| **Самостоятельная работа** | **36** |
| **Формы текущего итогового контроля (для очной формы обучения)** | 1. Реферат

2)Доклады |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)**  | **экзамен****36** |
| **Общая трудоемкость / зач. ед** | **108/3** |

**2 Разделы дисциплины и виды занятий**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование модуля (разделов) дисциплины  | Лекции  | Практические занятия  | Лабораторные занятия | Семинарские | Самостоятельная работа | Курсовая работа (проект) | Всего час. |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  | **3** | **1** |  |  | **4** |  | **8** |
| Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации» | 2 | - |  |  | - |  | 2 |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации | 1 | 1 |  |  | 4 |  | 6 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации**  | **6** | **5** |  |  | **12** |  | **33** |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы | 2 | 1 |  |  | 4 |  | 7 |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения.  | 2 | 2 |  |  | 4 |  | 8 |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация | 2 | 2 |  |  | 4 |  | 8 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**  | **9** | **12** |  |  | **20** |  | **41** |
| Тема 3.1 Этика делового общения | 2 | 2 |  |  | 4 |  | 8 |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение  | 2 | 2 |  |  | 4 |  | 8 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. | 2 | 2 |  |  | 4 |  | 8 |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе. | 2 | 4 |  |  | 4 |  | 10 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации | 1 | 2 |  |  | 4 |  | 7 |
| **Экзамен**  |  |  |  |  |  |  | **36** |
| **ВСЕГО** | **18** | **18** |  |  | **36** |  | **108** |

**3 Лабораторный практикум**

Не предусмотрен учебным планом

1. **Практические занятия (семинары)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Раздел дисциплины | Наименование практических работ | Трудоемкость (час.) |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  |  | **1** |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации | *Семинарское занятие*  «Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации» | 1 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации** |  | **5** |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы | *Семинарское занятие*  «Коммуникативные каналы» | 1 |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения | *Семинарское занятие «*Искусство межличностного общения» | 2 |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация | *Семинарское занятие*  «Электронная коммуникация» | 2 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций** |  | **12** |
| Тема 3.1 Этика делового общения | *Семинарское занятие «*Этика делового общения» | 2 |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение | *Семинарское занятие «*Деловые переговоры: подготовка и проведени*»**Деловая игра* «Кораблекрушение» | 2 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений | *Доклады по теме*: Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений*Case Study.* Практическое задание | 2 |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе | *Семинарское занятие:* «Проблемы межкультурной коммуникации.» | 4 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации | *Тренинг* на «прочтение» невербальных сигналов. | 2 |

**5 Организация обучения в интерактивной форме**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование модуля (разделов) дисциплины  | Лекции  | Практические занятия  | Лабораторные занятия | Семинарские | Самостоятельная работа | Курсовая работа (проект) | Всего час. |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  |  | **1** |  |  |  |  | **1** |
| Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации» |  | - |  |  |  |  | - |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации |  | 1 |  |  |  |  | 1 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации**  |  | **5** |  |  |  |  | **5** |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы |  | 1 |  |  |  |  | 1 |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения.  |  | 2 |  |  |  |  | 2 |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация |  | 2 |  |  |  |  | 2 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**  |  | **12** |  |  |  |  | **12** |
| Тема 3.1 Этика делового общения |  | 2 |  |  |  |  | 2 |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение  |  | 2 |  |  |  |  | 2 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. |  | 2 |  |  |  |  | 2 |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе. |  | 4 |  |  |  |  | 4 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации |  | 2 |  |  |  |  | 2 |
| **ВСЕГО** |  | **18** |  |  |  |  | **18** |

НАБОР 2011 г., 2012 г., 2013г., 2014г.

НАПРАВЛЕНИЕ: «Менеджмент»

СРОК ОБУЧЕНИЯ: 4 года

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: заочная

**1 Объем дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Всего** **час./зач.ед., форма контроля** | **Количество семестров** |
| **Аудиторные занятия:** | **8** | **1** |
| В том числе: |  |
| Лекции | 4 |
| Практические занятия (ПЗ) | 4 |
| Семинары (С) |  |
| Лабораторные работы (ЛР) |  |
| Курсовая работа (проект)  |  |
| **Самостоятельная работа** | **91** |
| **Формы текущего итогового контроля (для очной формы обучения)** |  |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)**  | **Экзамен****9** |
| **Общая трудоемкость / зач. ед** | **108/3** |

**2 Разделы дисциплины и виды занятий**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование модуля (разделов) дисциплины  | Лекции  | Практические занятия  | Лабораторные занятия | Семинарские | Самостоятельная работа | Курсовая работа (проект) | Всего час. |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  | **1** | **1** |  |  | **12** |  | **14** |
| Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации» | 1 |  |  |  | 2 |  | 3 |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации |  | 1 |  |  | 10 |  | 11 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации**  | **1** | **1** |  |  | **30** |  | **32** |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы | 1 |  |  |  | 10 |  | 10 |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения.  |  |  |  |  | 10 |  | 11 |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация | 1 | 1 |  |  | 10 |  | 11 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**  | **2** | **2** |  |  | **49** |  | **49** |
| Тема 3.1 Этика делового общения |  |  |  |  | 9 |  | 9 |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение  |  | 1 |  |  | 10 |  | 11 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. | 1 |  |  |  | 10 |  | 11 |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе. | 1 |  |  |  | 10 |  | 11 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации |  | 1 |  |  | 10 |  | 11 |
| **Экзамен**  |  |  |  |  |  |  | **9** |
| **ВСЕГО** | **4** | **4** |  |  | **91** |  | **108** |

**3 Лабораторный практикум**

Не предусмотрен учебным планом

1. **Практические занятия (семинары)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Раздел дисциплины | Наименование практических работ | Трудоемкость (час.) |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  |  | **1** |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации | *Семинарское занятие*  «Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации» | 1 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации** |  | **1** |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация | *Семинарское занятие*  «Электронная коммуникация» | 1 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций** |  | **2** |
| Тема 3.1 Этика делового общения | *Семинарское занятие «*Этика делового общения» |  |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение | *Семинарское занятие «*Деловые переговоры: подготовка и проведени*»**Деловая игра* «Кораблекрушение» | 1 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации | *Тренинг* на «прочтение» невербальных сигналов. | 1 |

**5 Организация обучения в интерактивной форме**

**НАБОР 2011г.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование модуля (разделов) дисциплины  | Лекции  | Практические занятия  | Лабораторные занятия | Семинарские | Самостоятельная работа | Курсовая работа (проект) | Всего час. |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  |  |  |  |  | **1** |  | **1** |
| Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации» |  |  |  |  | - |  | - |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации |  |  |  |  | 1 |  | 1 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации**  |  |  |  |  | **5** |  | **5** |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы |  |  |  |  | 1 |  | 1 |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения.  |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**  |  |  |  |  | **12** |  | **12** |
| Тема 3.1 Этика делового общения |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение  |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе. |  |  |  |  | 4 |  | 4 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| **ВСЕГО** |  |  |  |  | **18** |  | **18** |

**НАБОР 2012г., 2013г., 2014г.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование модуля (разделов) дисциплины  | Лекции  | Практические занятия  | Лабораторные занятия | Семинарские | Самостоятельная работа | Курсовая работа (проект) | Всего час. |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  |  | **1** |  |  |  |  | **1** |
| Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации» |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации |  | 1 |  |  |  |  | 1 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации**  |  | **1** |  |  |  |  | **1** |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения.  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация |  | 1 |  |  |  |  | 1 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**  |  | **2** |  |  |  |  | **2** |
| Тема 3.1 Этика делового общения |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение  |  | 1 |  |  |  |  | 1 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе. |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации |  | 1 |  |  |  |  | 1 |
| **ВСЕГО** |  | **4** |  |  |  |  | **4** |

НАБОР 2011 г., 2012 г., 2013г., 2014г.

НАПРАВЛЕНИЕ: «Менеджмент»

СРОК ОБУЧЕНИЯ: 3,4 года и 3,3 года

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: очная

**1 Объем дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Всего** **час./зач.ед., форма контроля** | **Количество семестров** |
| **Аудиторные занятия:** | **4** | **1** |
| В том числе: |  |
| Лекции | 2 |
| Практические занятия (ПЗ) | 2 |
| Семинары (С) |  |
| Лабораторные работы (ЛР) |  |
| Курсовая работа (проект)  |  |
| **Самостоятельная работа** | **59** |
| **Переаттестация** | **36** |
| **Формы текущего итогового контроля (для очной формы обучения)** |  |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет, диф. зачет, экзамен)**  | **Экзамен****9** |
| **Общая трудоемкость / зач. ед** | **108/3** |

**2 Разделы дисциплины и виды занятий**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование модуля (разделов) дисциплины  | Лекции  | Практические занятия  | Лабораторные занятия | Семинарские | Самостоятельная работа | Курсовая работа (проект) | Переаттестация | Всего час. |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  | **1** |  |  |  | **12** |  | **4** | **17** |
| Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации» | 1 |  |  |  | 6 |  |  | 7 |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации |  |  |  |  | 6 |  | 4 | 10 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации**  | **1** |  |  |  | **18** |  | **12** | **31** |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы | 0,5 |  |  |  | 6 |  | 4 | 10,5 |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения.  |  |  |  |  | 6 |  | 4 | 10 |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация | 0,5 |  |  |  | 6 |  | 4 | 10,5 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**  |  | **2** |  |  | **29** |  | **20** | **51** |
| Тема 3.1 Этика делового общения |  |  |  |  | 6 |  | 4 | 10 |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение  |  | 1 |  |  | 6 |  | 4 | 11 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. |  |  |  |  | 6 |  | 4 | 10 |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе. |  |  |  |  | 6 |  | 4 | 10 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации |  | 1 |  |  | 5 |  | 4 | 10 |
| **Экзамен**  |  |  |  |  |  |  |  | **9** |
| **ВСЕГО** | **2** | **2** |  |  | **59** |  | **36** | **108** |

**3 Лабораторный практикум**

Не предусмотрен учебным планом

1. **Практические занятия (семинары)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Раздел дисциплины | Наименование практических работ | Трудоемкость (час.) |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций** |  | **2** |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение | *Семинарское занятие «*Деловые переговоры: подготовка и проведени*»**Деловая игра* «Кораблекрушение» | 1 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации | *Тренинг* на «прочтение» невербальных сигналов. | 1 |

**5 Организация обучения в интерактивной форме**

**НАБОР 2011г.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование модуля (разделов) дисциплины  | Лекции  | Практические занятия  | Лабораторные занятия | Семинарские | Самостоятельная работа | Курсовая работа (проект) | Всего час. |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  |  |  |  |  | **1** |  | **1** |
| Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации» |  |  |  |  | - |  | - |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации |  |  |  |  | 1 |  | 1 |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации**  |  |  |  |  | **5** |  | **5** |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы |  |  |  |  | 1 |  | 1 |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения.  |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**  |  |  |  |  | **12** |  | **12** |
| Тема 3.1 Этика делового общения |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение  |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе. |  |  |  |  | 4 |  | 4 |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации |  |  |  |  | 2 |  | 2 |
| **ВСЕГО** |  |  |  |  | **18** |  | **18** |

**НАБОР 2012г., 2013г., 2014г.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование модуля (разделов) дисциплины  | Лекции  | Практические занятия  | Лабораторные занятия | Семинарские | Самостоятельная работа | Курсовая работа (проект) | Всего час. |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации» |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации |  |  |  |  |  |  |  |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации**  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения.  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация |  |  |  |  |  |  |  |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**  |  | **2** |  |  |  |  | **2** |
| Тема 3.1 Этика делового общения |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение  |  | 1 |  |  |  |  | 1 |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе. |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации |  | 1 |  |  |  |  | 1 |
| **ВСЕГО** |  | **2** |  |  |  |  | **2** |

**III СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КУРСА**

# Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации

# Тема 1.1 Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации»

***Для полного и сокращенного срока обучения***

**Цель изучения темы:**

Предмет изучения дисциплины. Основное содержание дисциплины. Характеристика публикаций зарубежных и отечественных авторов по вопросам деловых коммуникаций. Место и роль дисциплины в системе подготовки менеджера.

Изменения, происходящие в обществе в последние десятилетия и их отражение в мире профессионального труда. Потребность общества в профессионалах с различным уровнем и типом образования. Индивидуальные и профессиональные качества как ценность.

**Результат (Код компетенции):** ПК-19

## Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации

***Для полного и сокращенного сроков обучения***

**Цель изучения темы:**

Понятие «общение», «коммуникация», «деловая коммуникация», «коммуникационный процесс».

Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности. Коммуникация. Деловое взаимодействие. Коммуникационный процесс.

Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл).

Новая коммуникативная стратегия. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации. Теория массового общества.

Критическая теория. Теория гегемонии массовой коммуникации. Теория эгалитарной массовой коммуникации.

Структурные направления в исследовании массовой коммуникации.

Современный социокультурологический подход к пониманию массовой информации. Концепция свободного потока информации. Бирмингемская школа методологического коллективизма. Культурологическая теория коммуникации. Теория коммуникативной компетентности. Теория минимального познания.

**Результат (Код компетенции):** ПК-5, ПК-7, ПК-25

**Инструмент оценки:** Семинарское занятие.

## Раздел 2 Виды деловой коммуникации

## Тема 2.1 Коммуникативные каналы

***Для полного и сокращенного сроков обучения***

**Цель изучения темы:**

Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня. Внешние и внутренние коммуникации. Непосредственные (прямые). Опосредованные коммуникации. Активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации.

Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Офисные коммуникации. Конфликтные и протестные коммуникации. Уличные коммуникации.

Функции массовой коммуникации. Контроль за окружающей средой и предупреждение общества об опасностях. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия.

Средства коммуникации. Несловесные (персональные, устные и др.) письменные (персональные, групповые и др.) средства коммуникации.

**Результат (Код компетенции):** ПК-5.

**Инструмент оценки:** Семинарское занятие.

## Тема 2.2 Искусство межличностного общения

***Для полного и сокращенного сроков обучения***

**Цель изучения темы:**

Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Структура межличностной коммуникации.

Межличностная коммуникация. Сущность и функции межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникации в малых группах. Способы воздействия в межличностной коммуникации. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Межличностные конфликты и способы их предотвращения.

Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Типы коммуникативной личности. Оценка коммуникативной личности: соотношение социальных и коммуникативных характеристик, индивидуальное и социальное.

Трудности межличностного общения. Нарушения общения и коммуникативные барьеры. Дефицитное общение. Одиночество. Отчужденность. Аномия.

Структурные компоненты коммуникации: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность).

**Результат (Код компетенции):** ПК-5.

**Инструмент оценки:** Семинарское занятие.

**Тема 2.3 Электронная коммуникация**

***Для полного и сокращенного срока обучения***

**Цель изучения темы:**

Электронная коммуникация. Сущность, особенности и функции электронной коммуникации. Глобализация коммуникационных процессов в социуме.

Место Интернета в системе средств современной социальной коммуникации. Диалог в сети. Типовое электронное письмо. Стили, жанры и жаргоны в Интернет. Особенности проведения конференций в Интернет. Этика при проведении чата. Основные техники постановки вопросов.

**Результат (Код компетенции):** ПК-25.

**Инструмент оценки:** Семинарское занятие.

## Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций

**Тема 3.1 Этика делового общения**

***Для полного и сокращенного сроков обучения***

**Цель изучения темы:**

Понятие коммуникативной культуры. Факторы, определяющие уровень развития коммуникативной культуры: нравственные качества личности, нравственные требования к общению, нравственная социализация личности.

Виды и формы делового общения. Формальное (условное) и неформальное (светское, обыденное, бытовое) общение: общие черты и отличия. Виды делового общения: прямое (непосредственный контакт) и косвенное (через пространственно-временную дистанцию) общение, их основные особенности.

Этические нормы и правила в невербальном и вербальном деловом общении. Особенности и значение невербального канала общения. Визуальные, акустические, тактильные средства общения. Особенности рукопожатия. Обобщающие «сигналы тела» для типичных ситуаций делового общения. Межнациональные различия невербального общения. Кинесические особенности невербального общения (жесты, позы, мимика). Жесты интервьюера при проведении собеседования с кандидатом на вакантную должность.

Выбор дистанции в деловом общении. Взаимное пространственное расположение в процессе общения.

Визуальный контакт. Значение визуального контакта.

Формы делового общения: деловая беседа, деловые переговоры, деловые совещания, публичные выступления. Методы влияния на партнеров в процессе делового общения: убеждение (посредством информирования, разъяснения, доказательства, опровержения, я - высказывание), внушение (посредством веры, силы примера, гипнотического воздействия); принуждение; поощрение, критика; наказание. Стили делового общения: ритуальное общение, манипулятивное общение, гуманистическое общение.

**Результат (Код компетенции):** ПК-25.

**Инструмент оценки:** Семинарское занятие.

## Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение

***Для полного и сокращенного сроков обучения***

**Цель изучения темы:**

Планирование программы деловых и межличностных отношений. Деловой, публицистический и научный стили коммуникации в деятельности менеджера. Формы деловой коммуникации в труде менеджера. Письменные и устные коммуникации, их виды и специфика.

Проведение собеседований как инструмент управления и взаимодействия. Интервью, его типы (оценочное, предоставление полномочий, инструктивное, консультирующее) и структура. Подготовка и проведение интервью.

Переговоры, торги, «круглые столы» в труде менеджера, их коммуникативная специфика. Технологии подведения партнёров к принятию решений. Специфика ведения переговоров с «трудными партнёрами».

Публичное выступление. Специфические особенности речи: информационная, убеждающая, побуждающие речи. Презентационные речи и речи по случаю. Страх публичного выступления и пути его преодоления. Использование ораторского мастерства в публичной речи. Механизмы и практические приёмы завоевания внимания аудитории.

Консультирование и телефонная коммуникация в работе менеджера. Психологические и этические нормы телефонного разговора. Специфика восприятия и понимания телефонных переговоров. Телефакс. Речевые клише и сигналы успеха. Психологические и манипулятивные техники телефонной коммуникации. Правила нейтрализации манипуляций. Завершение нежелательного звонка.

**Результат (Код компетенции):** ПК-25.

**Инструмент оценки:** Семинарское занятие.

Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений

***Для полного и сокращенного сроков обучения***

**Цель изучения темы:**

Правила служебного этикета: этика приказа и просьбы; этика наказания; формула увольнения; благодарность и комплимент.

Принципы служебного этикета: правила хорошего поведения на работе; коммуникативные принципы оптимизации служебных отношений; отчетливо поставленные цели; компетентная служебная консультация; здравый смысл; должностная инструкция; устное распоряжение.

Методы коммуникативно-управ­ленче­ского влияния: угрозы; уговоры; характеристики успешного влияния; техника убеждения.

Спор как метод коммуникативно – управленческого влияния, его цели и подходы. Принципы ведения спора. Критика и агрессия во время спора. Советы Дейла Карнеги по эффективному разрешению споров.

**Результат (Код компетенции):** ПК-5, ПК-7

**Инструмент оценки:** Деловая игра «Кораблекрушение», доклады по теме.

**Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе**

***Для полного и сокращенного сроков обучения***

**Цель изучения темы:**

Понятие «трудовой коллектив». Социально-психологический климат: понятие, структура, модели.

Роль руководителя в установлении и поддержании социально-психологического климата коллектива.

Слагаемые психологического климата в коллективе: значение человеческого фактора, правила общения в коллективе, уровень психологического климата, стиль отношений, степень личной независимости работников, развитие взаимопомощи и доброжелательности, терпимость к различным точкам зрения.

**Результат (Код компетенции):** ПК-5.

**Инструмент оценки:** Case Study. Практическое задание.

Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации

***Для полного и сокращенного сроков обучения***

**Цель изучения темы:**

Кросс-культурная антропология и кросс-культурный менеджмент. Анализ причин возникновения коммуникативных ошибок при кросс-культурном взаимодействии. Основы этнической конфликтологии.

Особенности делового общения с иностранными партнёрами. Инструменты устной и письменной коммуникации с зарубежными деловыми партнёрами. Специфика невербальных средств коммуникации в разных странах: немцы, французы, англичане, итальянцы, американцы, японцы и др.

Этикет деловых приёмов. Поздравления и соболезнования. Искусство комплимента в деловом общении. Психологические и этические особенности деловых приёмов, правила вручения подарков.

**Результат (Код компетенции):** ПК-5, ПК-7, ПК-25

**Инструмент оценки:** Семинарское занятие, тренинг на «прочтение» невербальных сигналов.

**IV ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНО РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

**Практические занятия**

|  |  |
| --- | --- |
| Раздел дисциплины | Наименование практических работ |
| **Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**  |  |
| Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации | *Семинарское занятие*  «Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации» |
| **Раздел 2 Виды деловой коммуникации** |  |
| Тема 2.1 Коммуникативные каналы | *Семинарское занятие*  «Коммуникативные каналы» |
| Тема 2.2 Искусство межличностного общения | *Семинарское занятие «*Искусство межличностного общения» |
| Тема 2.3 Электронная коммуникация | *Семинарское занятие*  «Электронная коммуникация» |
| **Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций** |  |
| Тема 3.1 Этика делового общения | *Семинарское занятие «*Этика делового общения» |
| Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение | *Семинарское занятие «*Деловые переговоры: подготовка и проведени*»**Деловая игра* «Кораблекрушение» |
| Тема 3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений | *Доклады по теме*: Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений*Case Study.* Практическое задание |
| Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе | *Семинарское занятие:* «Проблемы межкультурной коммуникации.» |
| Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации | *Тренинг* на «прочтение» невербальных сигналов. |

**1 Перечень вопросов для самостоятельной работы**

1. Дайте определение термина «коммуникация».
2. Приведите основную классификацию коммуникаций.
3. Расскажите о системе взаимосвязей открытой организации.
4. Приведите характеристики основных элементов системы открытой организации.
5. Что собой представляют особенности внутренних коммуникаций в организации?
6. Опишите модели коммуникативных сетей, обеспечивающих прохождение горизонтальных и вертикальных информационных потоков в организации.
7. Опишите психологическую структуру внутренних коммуникаций.
8. Каковы основные этапы коммуникационного процесса в организациях? Опишите схемы координации.
9. Расскажите о характеристиках внешней среды.
10. В чем отличие вертикальных коммуникаций от горизонтальных?
11. Назовите наиболее важные цели горизонтальных коммуникаций.
12. Приведите основные характеристики эффективных и неэффективных межличностных коммуникаций в организации.
13. В чем заключается роль обратной связи в межличностных коммуникациях?
14. Каковы основные цели нисходящих коммуникаций?
15. Каковы основные цели восходящих коммуникаций?
16. Опишите методы повышения эффективности восходящих коммуникаций.
17. Какие современные коммуникационные технологии в организации вы знаете?
18. Можно ли рассматривать коммуникативный процесс как последовательно реализуемые этапы производства, мультипликации, распространения, приема, распознавания и использования информации?
19. В чем сходство и различия между понятиями «коммуникативный процесс» и «коммуникация как процесс»?
20. Какие способы передачи информации вы знаете?
21. Каковы требования к формируемым информационным материалам?
22. По каким каналам и звеньям коммуникативной цепи протекает информация?
23. Как обеспечивается процесс протекания информации по различным каналам коммуникации? Каковы преимущества и недостатки каналов коммуникации?
24. Какие виды обмена информацией используются в коммуникативных процессах?
25. Можно ли общение рассматривать как коммуникативный процесс?
26. По каким критериям можно оценивать эффективность коммуникативного процесса?
27. Какие виды аргументации используются в межличностных коммуникациях?
28. Каковы основные функции деловой беседы?
29. Какие виды бесед вы знаете?
30. От чего зависит эффективность делового разговора?
31. Какие типы совещаний вы знаете?
32. Что включает в себя подготовка деловых совещаний?
33. Что представляет собой пресс-конференция?
34. С какой целью проводятся пресс-конференции?
35. В чем специфика проведения пресс-конференции?
36. Чем отличаются конфронтационный и партнерский подходы к переговорам?
37. Что вы знаете о целях переговоров?
38. Как подготовиться к переговорам?
39. Какими критериями определяется эффективность ведения переговоров?
40. Какие стили ведения переговоров вы знаете?
41. Какие принципы ведения переговоров вы знаете?
42. Каковы цели презентации?
43. Что значит подготовить презентацию?
44. Какие требования предъявляются к ведущему на презентации?
45. Как сделать презентацию неординарным событием?
46. Каковы особенности презентации товара при продаже?
47. Какие бывают типы презентаций?
48. Что такое презентация с удовлетворением потребностей?
49. Что такое презентация с решением проблемы?
50. Какие коммуникативные приемы подхода к покупателю целесообразно использовать на презентациях?
51. Зачем нужна самопрезентация?
52. Как осуществить анализ личных целей?
53. Что значит проанализировать свой товар?
54. Какие эффективные приемы установления контакта вы знаете?
55. Как осуществить знакомство? Как представиться?
56. Какое значение для самопрезентации имеет одежда?
57. Как срабатывает на успех уверенность в себе?
58. Каковы признаки человека, закрытого для других?
59. Каковы преимущества человека, открытого для других?
60. Каковы характеристики позитивного типа делового партнера?
61. Чем отличается респектабельный тип делового партнера?
62. Чем отличается оптимально настроенный тип делового партнера?
63. Сколько потенциальных помех вы можете предусмотреть, если бы вам пришлось проводить презентацию в той комнате (поезде, самолете, в саду и пр.), где вы сейчас находитесь?
64. Можно ли превратить провал в успех? Что вы об этом думаете?
65. Если вы пришли на презентацию как член маленькой группы, что мог бы сделать, на ваш взгляд, ведущий, чтобы вы чувствовали себя комфортнее?
66. Как различается общение по направленности?
67. Какие типы взаимодействия вы знаете?
68. Что представляет собой общение как коммуникация?
69. Какова интерактивная функция общения?
70. Что представляет собой перцептивная функция общения?
71. В чем специфика познавательного общения?
72. В чем специфика убеждающего общения?
73. В чем специфика экспрессивного общения?
74. В чем специфика суггестивного общения?
75. В чем специфика ритуального общения?
76. Каковы основные характеристики делового общения?

**2 Тематика рефератов**

1. Специфика деловой коммуникации в различных культурах.
2. Особенности западного и восточного делового дискурса.
3. Вербальные и невербальные средства и их функция в деловой коммуникации.
4. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры.
5. Характеристики конфликтогенного поведения. Виды и способы устранения конфликтов.
6. Специфика телефонных переговоров с точки зрения бизнес – этикета.
7. Коммуникация в интернет с представителями разных культур.
8. Бизнес – этикет. Национальная и культурная специфика.
9. Деловая коммуникация в межкультурном контексте.
10. Специфика телефонных переговоров.
11. Техники подстройки к собеседнику по телефону. Профессиональный диалог с клиентом
12. Виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления
13. Деловой этикет
14. Функции деловых переговоров, составляющие процесса деловых переговоров
15. Стили переговоров. Давление в переговорах и способы противостояния. Запрещенные приемы в переговорах.
16. Манипуляции, применяемые в деловых переговорах.
17. Основные ошибки при проведении презентаций
18. Техника убеждения в переговорах.
19. Давление в переговорах и способы противостояния
20. Аспекты деловой коммуникации, необходимые в процессе продаж.
21. Гендерный аспект в бизнесе.
22. Вербальные и невербальные коммуникации
23. Конфликты и конфликтные ситуации в деловых отношениях. Пути и способы их разрешения.

**3 Перечень вопросов для промежуточной аттестации**

1. Понятие общения: функции, виды, специфика формального и неформального общения.
2. Сущность этики деловых отношений.
3. Основные принципы психологии и этики деловых отношений.
4. Психология личности, факторы, влияющие на поведение людей.
5. Этика и социальная ответственность менеджера
6. Миссия, корпоративные ценности и культура организации.
7. Основные модели и стили делового общения.
8. Коммуникативная, интерактивная и перцептивная функции общения.
9. Вербальные и невербальные средства общения.
10. Коммуникативные барьеры и причины их возникновения.
11. Деструктивные формы коммуникации, провоцирующие непонимание и защиту.
12. Виды речевой информации, возможные ошибки в её понимании.
13. Слушание, его виды и специфика.
14. Обратная связь: вопросы и ответы в деловом общении.
15. Основные приёмы эффективного слушания.
16. Виды невербальных средств коммуникации и их значение в процессе взаимодействия.
17. Вербальные, невербальные и физиологические сигналы лжи и умение их «считывать».
18. Основные сенсорные каналы и их роль в деловом общении.
19. Вербальные и невербальные «ключи доступа» в сенсорные каналы и их использование для понимания информации.
20. Экспрессивный репертуар человека и его интерпретация.
21. Паралингвистические и экстралингвистические особенности речи менеджера.
22. Невербальные сигналы утечки информации. Конгруэнтность.
23. Произвольные и непроизвольные реакции «языка тела».
24. Психологическая подстройка к партнёру: приёмы и технологии.
25. Коммуникативные и психогеометрические типы деловых партнёров, специфика взаимодействия с ними.
26. Стратегии взаимодействия и их зависимость от психотипа делового партнёра и его мотивации.
27. Специфика форм внутрифирменного делового общения менеджера с персоналом: беседы, совещания, собрания, телефонные переговоры, их организация и проведение.
28. Деловые совещания в труде менеджера.
29. Телефонная коммуникация и её особенности.
30. Специфика форм внешнего взаимодействия с деловыми партнёрами: переговоры, торги, круглые столы, деловые встречи.
31. Презентации, виды презентаций, их подготовка и проведение.
32. Презентация коммерческого предложения.
33. Презентационные умения и конкурентоспособность менеджера.
34. Организация и особенности проведения дискуссионных форм делового общения: спор, полемика, дискуссия, симпозиум.
35. Особенности проведения пресс-конференций и брифингов.
36. Публичные выступления (речи, информация, сообщение, лекция, доклад) в труде руководителя, их виды и специфика.
37. Организация пространственной среды для эффективной коммуникации: особенности, возможности, перспективы.
38. Дистанция, её виды и возможности влияния на партнёра. Проблемы дистанцирования.
39. Коммуникативные стратегии для достижения успеха при взаимодействии.
40. Установление контакта и проблемы первого впечатления.
41. Приёмы манипулирования в деловом взаимодействии менеджера.
42. Значение и виды обратной связи в деловом общении.
43. Корпоративный имидж и репутация фирмы.
44. Имидж менеджера, виды, назначение, пути формирования.
45. Деловой стиль письменной коммуникации.
46. Научный стиль и его особенности в труде менеджера.
47. Деловое взаимодействие с иностранными партнёрами.
48. Интервью, мониторинг, экспресс-анализ эффективности внутрифирменных коммуникаций.

**4 Оценочные средства (для очного отделения)**

**Раздел 1 Введение в основы теории коммуникации**

**Тема 1.2 Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации**

1. Охарактеризуйте процесс общения как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности.
2. Дайте определения понятиям «коммуникация», «деловая коммуникация», «коммуникационный процесс».
3. Почему теория коммуникации является междисциплинарной отраслью знаний.
4. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации.
5. Какие теории коммуникации и информации, разработанные отечественными и зарубежными учёными, сыграли наибольшую роль в формировании современной теории коммуникации.

##### Темы докладов

##### Место теории коммуникации в системе научного знания.

1. Категории «коммуникация» и «общение» как ключевые категории теории коммуникации.
2. Коммуникация в информационном обществе.
3. Коммуникативный процесс и его структура.
4. Модель Лассуэла и ее роль для развития теории коммуникации.
5. Линейные и нелинейные модели коммуникации.
6. Социологические и психологические модели коммуникации.

**Раздел 2 Виды деловой коммуникации**

**Тема 2.1 Коммуникативные каналы**

1. Каковы критерии классификации видов коммуникаций?
2. Перечислите виды и функции коммуникационных каналов?
3. Проблема смысла в коммуникации.
4. Каковы коммуникационные барьеры процесса коммуникации?

##### Темы докладов

1. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установка.

2. Понятие о коммуникационных барьерах. Сущность, особенности, причины и условия возникновения технических, межъязыковых, социальных, психологических барьеров в коммуникационных процессах.

**Тема 2.2 Искусство межличностного общения**

1. Охарактеризуйте основные правила поведения: вежливость, личная культура, культура устной речи.

2. Понятие «речевой этикет»: характер разговора, тон разговора. Правила речевого этикета: «ты» и «вы»; обращение к незнакомому человеку; обращение к сослуживцам.

3. Формы речевого этикета: приветствие, прощание, благодарность, просьба, представление.

4. Язык эмоций. Искусство ведения беседы: зрительный и слуховой контакт; содержание и форма беседы; тембр и тон голоса; умение слушать.

5. Культура понимания. Сущность, причины и структура конфликта. Стадии протекания конфликта. Поведение в конфликтной ситуации. Способы разрешения конфликтов. Позитивное значение организационного конфликта.

Тема докладов

1. Особенности межличностной коммуникации.

2 . Критерии коммуникационной компетентности.

3. Стили межличностной коммуникации.

4. Межличностные конфликты и способы их предотвращения.

**Тема 2.3 Электронная коммуникация**

Тема докладов

1. Электронная коммуникация. Сущность, особенности и функции электронной коммуникации. Глобализация коммуникационных процессов в социуме.

2. Место Интернета в системе средств современной социальной коммуникации.

**Раздел 3 Этические основы деловых коммуникаций**

**Тема 3.1 Этика делового общения. Этика публичных выступлений**

Тема докладов

1. Значение делового общения и его особенности. Формы и организация общения. Эффективность деловой коммуникации.

2. Сущность и виды бесед: деловая, кадровая, дисциплинарная, организационные беседы, беседы с посетителями. Модель организации деловой беседы.

3. Виды выступлений. Приемы, используемые для придания речи характера публичного выступления. Аргументация и структура выступления.

**Тема 3.2 Деловые переговоры: подготовка и проведение**

1. Понятие «Деловые переговоры». Классификация деловых переговоров по цели, которую ставят перед собой их участники; по сфере деятельности; по характеру взаимоотношений между сторонами.

2. Типы совместных решений: компромиссное или «серединное решение»; асимметричное решение (относительный компромисс); принципиально новое решение («снятие» основных противоречий).

3. Методы и тактические приемы ведения деловых переговоров.

4. Технологии ведения переговоров по телефону.

Темы докладов

1. Этикет деловой беседы: методы ведения переговоров, базовые элементы, объективные критерии оценки проведения переговоров и возможные взаимовыгодные варианты.
2. Условия и оценка эффективности деловых переговоров.
3. Правила проведения делового разговора по телефону.

##### Деловая игра «Кораблекрушение»

**ЦЕЛЬЮ** является исследование процесса принятия решения группой. **Учит** эффективному поведению для достижения согласия при решении групповой задачи. Предоставляет информацию относительно паттернов коммуникации, руководства и доминирования в группе и может внести вклад в сплоченность членов группы.

|  |
| --- |
| *Необходимое время:* 1,5—2 часа. |
| *Материалы:* Копии инструкций, большие бумажные ли­сты и карандаши. |
| *Подготовка:* Руководитель должен иметь навыки ис­следования группового процесса. |
| *Процедура:* Каждому члену группы дают следующую ин­струкцию и просят выполнить задание за 15 минут. |

***Описание конкретной ситуации***

Вы дрейфуете на яхте в южной части Тихого океана. Яхта медленно тонет. Ваше местонахождение неясно из-за по­ломки основных навигационных приборов, но вы находи­тесь примерно в 2000 км от ближайшей земли.

Ниже дан список 15 предметов, которые остались целы­ми и неповрежденными после пожара. В дополнение к этим предметам вы располагаете надувным спасательным плотом с веслами, достаточным, чтобы выдержать вас, ваш экипаж и все перечисленные ниже предметы. Имущество остав­шихся в живых людей составляют пачка сигарет, несколь­ко коробок спичек и пять десятирублевых банкнот.

Ваша задача — классифицировать 15 нижеперечислен­ных предметов в соответствии с их значением для выжива­ния. Поставьте цифру 1 у самого важного предмета, цифру 2 — у второго по значению и так далее до пятнадцатого, наименее важного из всех.

*Секстант.*

*Зеркало для бритья.*

*Десятилитровая канистра с водой.*

*Противомоскитная сетка.*

*Одна коробка с армейским рационом.*,

*Карты Тихого океана.*

*Плавательная подушка.*

*Пятилитровая канистра с нефтью.*

*Маленький транзисторный радиоприемник.*

*Репеллент, отпугивающий акул.*

*15 квадратных метров непрозрачного пластика.*

*3 литра рома крепостью SO градусов.*

*10 метров нейлонового каната.*

*Две коробки шоколада.*

*Рыболовная снасть.*

После того как завершена индивидуальная работа, груп­пе дается 45 минут для принятия коллективного решения. Группа должна прийти к единому мнению относительно места каждого из 15 предметов. Достичь согласия трудно, поэтому не каждая оценка будет получать одобрение всех участников. Группа старается каждую оценку дать так, что­бы все члены группы могли с ней согласиться хотя бы от­части.

***Методические рекомендации для достиже­ния согласия группой:***

1. Избегайте защищать свои индивидуальные суждения. Подходите к задаче логически.
2. Избегайте менять свое мнение только ради достиже­ния согласия при решении групповой задачи, не старайтесь уклониться от конфликта. Поддерживайте только те реше­ния, с которыми можете согласиться хотя бы отчасти.
3. Избегайте таких методов «уменьшения конфликта», как голосование, компромиссные решения с целью достижения согласия при решении задачи, ибо истине безразлич­но, сколько человек ее поддерживает.
4. Рассматривайте различие мнений как помощь, а не
как помеху при принятии решений. Не с нами — еще не
значит против нас.

После того как группа проранжировала 15 предметов в зависимости от важности, посмотрите правильный порядок классификации, приведенный в приложении к данной игре.

Далее проводится обсуждение процесса принятия реше­ний. Какие виды поведения помогали или мешали процессу достижения согласия? Как шел ход борьбы за лидерство и формирование противостоящих группировок? Кто участво­вал в принятии решений, кто оказывал влияние и почему? Какие формы трансакций можно было видеть? Какова была эмоциональная атмосфера в группе? Как влияли эмоции на поведение членов группы и на ход принятия решений? Оп­тимально ли использовались возможности группы? Как вели себя лидеры? Какие приемы использовали члены груп­пы для «протаскивания» своих мнений? Как оптимизиро­вать процесс принятия решений?

Один или несколько наблюдателей, которые участника­ми этой игры были ранее, могут представить после выпол­нения задачи обратную связь о групповом процессе.

***Приложение к игре «кораблекрушение»***

Согласно мнению «экспертов», основными вещами, не­обходимыми человеку, потерпевшему кораблекрушение в океане, являются предметы, служащие для привлечения внимания, и помогающие выжить до прибытия спасателей, т. е. способные удовлетворить пищевой и оборонительный инстинкты. Навигационные средства имеют сравнительно небольшое значение, так как трудно себе представить, что на веслах можно пройти 2000 км. Да и провизии на столь длительное путешествие нет. Следовательно, самыми важ­ными являются средства сигнализации: зеркало для бритья и нефтегазовая смесь, так как они являются средствами сиг­нализации. Вторыми по значению являются вода и продук­ты питания. Предметы защиты стоят на третьем месте.

Ниже приводится краткая информация о значении каж­дого предмета для выживания:

1. Зеркало для бритья. Важно для сигнализации воздуш­ным и морским спасателям.

2. Канистра с нефтегазовой смесью. Важна для сигнализации. Может быть зажжена денежной банкнотой и спичкой и будет плыть по воде, привлекая внимание спасателей. Стоит на втором месте, так как по мере использования рас­ходуется. Зеркало в этом плане нечто «вечное».

3. Канистра с водой. Без воды человек может прожить не более 5 дней.

4. Коробка с армейским рационом. Обеспечивает основ­ную пищу.

1. Непрозрачный пластик. Используется для сбора дож­девой воды и обеспечивает защиту от стихии.
2. Две коробки шоколада. Резервный запас пищи.

7. Рыболовная снасть. Оценивается ниже, чем шоколад, потому что в данной ситуации «синица в руке лучше журав­ля в небе». Нет уверенности, что вы поймаете рыбу. Да и среди присутствующих часто нет умеющих это делать.

8. Десять метров нейлонового каната. Можно использо­вать для связывания снаряжения, чтобы оно не упало за борт.

9. Плавательная подушка. Если кто-то упадет за борт, она может служить спасательным средством (удовлетворение оборонительного инстинкта).

10. Репеллент, отпугивающий акул. Назначение очевидно.

11. Ром. Может использоваться в качестве антисептика при любых травмах. Пить нельзя, так как вызывает обезво­живание.

12. Транзисторный приемник. Имеет незначительную ценность, так как нет передатчика. Можно лишь узнать, что потерпевших ищут.

13. Карты Тихого океана. Бесполезны без дополнитель­ных приборов. Важнее знать, где находятся спасатели.

14. Противомоскитная сетка. В центре океана нет мос­китов.

15. Секстант. Без хронометра и таблиц относительно бес­полезен.

Основная причина более высокой оценки средств сиг­нализации по сравнению с предметами поддержания жиз­ни заключается в том, что без средств сигнализации почти нет средств быть обнаруженными и спасенными. К тому же в большинстве случаев спасатели приходят в первые тридцать шесть часов, а человек может прожить этот период без воды и пищи.

*Материалы по теме «Ведение телефонных переговоров»*

*Коммуникации и коммуникационные мифы в менеджменте*

Коммуникация (лат. Communicatio «делаю общим, связываю, общаюсь») 1) пути сообщения, транспорта, связи, сети подземного коммунального хозяйства; 2) общение, передача информации от человека к человеку в процессе деятельности (Энциклопедический словарь). Таким образом, коммуникация – процесс обмена информацией между двумя и более людьми. Причем сразу обратите снимание на тот факт, что коммуникация – это именно обмен информацией, а не ее передача, так как если один человек передал информацию, а другой ее не получил или не понял, то ни о какой эффективной коммуникации не может быть и речи.

В управленческой практике сформировалось несколько мифов о природе коммуникаций (табл. 1). 1

Таблица 1.

## Мифы и реальность о природе коммуникаций

|  |  |
| --- | --- |
| Миф  | Реальность  |
| Мы общаемся только тогда, когда сами сознательно и преднамеренно выбираем общение. | Множество обменов информацией происходит тогда, когда мы не осознаем вовлеченности в коммуникационный процесс. |
| Слушатель понимает слова также, как и мы. | Значения слов определяются опытом и восприятием человека. |
| Общение в основном происходит с помощью слов. | Большинство сообщение передается не словами, а невербальными символами. |
| Общение – это однонаправленное действие. | Общение – двунаправленный процесс. |
| Информации никогда не бывает слишком много. | Иногда людям дают слишком много информации. |
| Отправляемое нами сообщение идентично тому, которое получает слушатель | Сообщение, получаемое слушателем, никогда не бывает полностью идентично отправленному. |

Коммуникации в организации представляют собой процесс, на который оказывают влияние такие факторы, как коммуникативные навыки, установки и опыт, умственные способности субъектов коммуникации, формирующие специфику их восприятия и эмоциональную составляющую общения. В общем виде коммуникационный процесс включает следующие главные составляющие:

отправитель (кодировщик) информации

сообщение

канал

получатель (декодировщик)

обратная связь

шум (помехи)

Отправитель информации несет ответственность за такую формулировку сообщения, которая точно передаст мысль получателю. Процесс перевода мысли в сообщение называется кодированием. Для того чтобы процесс коммуникации был наиболее эффективен, отправитель должен увидеть информацию глазами получателя и использовать такие вербальные и невербальные символы, которые воспринимаются получателем и позволяют обеспечить адекватную обратную связь.

**Особенности вербальной и невербальной коммуникации**

*Невербальные коммуникации*

Чаще всего невербальные коммуникации осуществляются совместно с вербальны­ми и всегда как часть ситуации, которая передает контекст. Исследователи делят невербальные коммуникации на три главные категории. Пер­вая включает голосовые атрибуты. Две другие представляют собой коммуникации посредством языка тела и коммуникации посредством взаиморасположения обща­ющихся в пространстве.

**Параязык — как вы говорите**.

Из трех главных категорий невербальных коммуникаций параязык наиболее бли­зок к вербальным коммуникациям. Язык имеет дело с тем, *что* говорится; параязык имеет дело с тем, *как* это говорится. Иногда люди намеренно используют параязык для того, чтобы с его помощью передать конкретное сообщение. Например, фраза «Я был бы рад Вам помочь» мо­жет иметь несколько значений в зависимости от того, какой параязык использует­ся. Обратите внимание на следующие виды логического ударения:

Я был бы рад вам помочь.

Я был бы *рад* вампомочь.

Я был бы рад вам *помочь.*

Я был бы рад *вам* помочь.

В каждом случае ударение на определенном слове меняет значение сообщения. Голосовые атрибуты параязыка включают скорость, силу (громкость), ритм, высоту (тембр) и резонанс. Каждый время от времени сталкивался с таким атрибу­том, как скорость — как быстро или медленно кто-либо говорит. В зависимости от других передаваемых сообщений увеличение скорости может означать гнев, нетер­пение или беспокойство того, кто передает сообщение. Снижение скорости может передавать беспечность или задумчивость; с другой стороны, это может означать скуку или отсутствие интереса.

Сила является другим голосовым атрибутом, который часто передает значение, особенно в сочетании со скоростью. Такие атрибуты как ритм, высота и резонанс понять труднее, чем скорость и силу. Когда вы рассматриваете голосовые атрибуты, главное, что нужно отметить, это их изменение или отклонение от обычных для говорящего уровней. Если вы обратите внимание на разницу в ритме, высоте и резонансе голоса отправителя, это позволит увеличить степень понимания вами сообщения. Главной функцией параязыка является передача эмоций.

**Специфика телефонного общения и подготовка к его осуществлению**

Главные требования культуры общения по телефону - краткость, четкость и ясность не только в мыслях, но и в их изложении. Разговор должен проводиться без больших пауз, лишних слов, оборотов и эмоций. Телефон налагает на того, кто им пользуется, и ряд иных требований. Ваш собеседник не может оценить, ни во что вы одеты, ни выражения вашего лица, ни интерьера помещения, где вы находитесь, ни других невербальных аспектов, которые помогают судить о характере общения. Однако есть невербальные стимулы, которыми можно манипулировать в общении по телефону, к ним относятся: момент, выбранный для паузы и ее продолжительность; молчание; интонации или обратные реакции. Много значит, как быстро человек снимает трубку - это позволяет судить о том насколько он занят, до какой степени заинтересован, чтобы ему позвонили.

Подготовка к телефонным переговорам

Цели/результаты

Непосредственная подготовка к проведению телефонных переговоров

Технические средства

Создание благоприятных условий

Настройка голоса

Информационные материалы

Планирование переговоров

***Алгоритм проведения телефонных переговоров***

**Основные стадии разговора**

 **рукопожатие**

- представьте себя

- уточните удобство времени звонка

**получение информации**

- контролируйте разговор

- используйте открытые вопросы

- делайте записи

**предложение помощи**

- предоставляйте инициативно полезную информацию

- информируйте о том, что планируете предпринять

***Структура делового разговора***

Приветствие

Представление

Причина

Проблема

Подведение

Признательность

Прощание

***Основные ошибки разговора по телефону***

- неясная цель

- неблагоприятное время

- неподготовленные документы

- нет объяснения цели звонка

- монологи, а не диалоги

- нет записи разговоров

- неконкретные договоренности

***Правила ведения эффективных телефонных переговоров***

подготовьтесь к разговору, следуйте заранее намеченному плану

во время беседы не занимайтесь другой работой

представьтесь в начале беседы и уточните, с кем вы говорите

будьте внимательны к собеседнику, уточните, удобно ли ему разговаривать с вами в это время

оставьте свои координаты, если беседа не состоялась

излагайте информацию лаконично и четко

не перебивайте собеседника, но управляйте беседой (обсуждение способов как)

фиксируйте письменно основные моменты беседы (не терять нить разговора)

обязательно давайте понять собеседнику, что его внимательно слушают

 в любой ситуации будьте вежливы, сохраняйте доброжелательный тон разговора

следите за интонацией и скоростью речи

избегайте жаргона и специальных терминов

 не жуйте, не пейте и не курите во время разговора

 в конце беседы подведите итоги и поблагодарите за звонок.

***Правила общения по телефону.***

1. Продумывают заранее содержание звонка, готовят нужные цифры, адреса, фамилии.

2. Если там, куда вы звоните, вас не знают, уместно со стороны секретаря попросить вас представиться и узнать, по какому вопросу вы звоните. Назовите себя и кратко изложите причину звонка.

3. Звонить на дом по служебным делам некорректно

4. Если после 5-6 сигналов абонент молчит, звонить прекращают.

5. Нарушением норм делового этикета считается выдавать себя за личного друга того, кому вы звоните, только для того, чтобы вас скорее с ним соединили.
6. Грубейшее нарушение - не перезвонить, когда вашего звонка ждут. Необходимо перезвонить при первой возможности.

7. Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти, попросите передать, что вы звонили. Потом нужно позвонить еще раз, или сказать, когда и где вас можно будет легко найти.

8. Когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такое время, когда можно быть уверенным, что у вашего собеседника достаточно времени на беседу.

9. Если звонит телефон, а вы уже говорите в это время по другому аппарату, постарайтесь закончить первый разговор, а уж потом обстоятельно поговорить со вторым собеседником. Если можно, спросите у второго собеседника, по какому номеру перезвонить и кого позвать.

*Умение слушать и воспринимать.*

1. Замолчите!

Говорящий не слышит собеседника.

*Полоний («Гамлет»): «Дайте уши каждому, а голос — немногим».*

2. Поддержите того, кто говорит. Помогите ему почувствовать себя раскованно, создайте комфортные усло­вия.

3. Покажите собеседнику, что вы хотите выслушать его.

Проявите интерес, проявляй­те невербальную реакцию.

4. Устраните отвлекающие факторы.

5. Внимайте говорящему.

Постарайтесь понять точку зрения другого человека. «Объединитесь» с собеседником, поделившись аналогичным опытом.

6. Будьте терпеливы.

Дайте собеседнику высказаться, не перебивайте его.

7. Сохраняйте самообладание.

Прежде чем начать говорить или отвечать, сделайте паузу. Разгневанный человек неправильно воспринимает смысл слов.

8. Будьте осторожны в спорах и критике.

Контраргументы и критика заставляют собеседника защищаться, он может «замкнуться» или выйти из себя. Не спорьте.

9. Задавайте относящиеся к делу вопросы.

Вопросы поощряют говорящего, показывают, что вы внимательно его слу­шаете, что поощряет дальнейшее изложение.

10. Замолчите!

Строгое выполнение первой и последней заповедей определяет конечный ре­зультат. Вы не можете быть внимательным слушателем, когда вы разговариваете. У человека два уха и один язык. Молчание — золото.

Искусство передачи информации состоит и в умении задавать вопросы. Под­ход здесь должен быть тот же — не поставить партнера в неловкое положение, не дать ему почувствовать себя «загнанным в угол», униженным, оскорбленным, но в то же время не дать партнеру отклониться в сторону от предмета, не позволить манипулировать собой. Так, закрытые вопросы, предполагающие однозначный ответ, создают атмосферу допроса, скованности, открытые — способны увести дискуссию в сторону, риторические указывают на новые аспекты проблемы, пере­ломные могут изменить направление или вернуть дискуссию на нужные рельсы.

Вопросы служат для управления ходом переговоров и выяснения точки зрения оппонента. Правильная постановка вопросов способствует принятию нужного вам решения. Существуют следующие виды вопросов.

 Информационные вопросы предназначены для сбора сведений, которые необходимы для составления представления о чем-либо.

Контрольные вопросы важно использовать во время любого разговора, чтобы выяснить, понимает ли вас партнер. Примеры контрольных вопросов: "Что вы об этом думаете?", "Считаете ли вы также, как и я?".

 Направляющие вопросы необходимы тогда, когда вы не хотите позволить собеседнику навязать вам нежелательное направление беседы. С помощью таких вопросов вы можете взять в свои руки управление ходом переговоров и направить их в необходимое вам русло.

Провокационные вопросы позволяют установить, чего в действительности хочет ваш партнер и верно ли он понимает положение дел. Провоцировать - значит бросать вызов, подстрекать. Эти вопросы можно начинать так: "Вы уверены, что сможете...?", "Вы действительно считаете, что...?"

Альтернативные вопросы предоставляют собеседнику возможность выбора. Число вариантов, однако, не должно превышать трех. Такие вопросы предполагают быстрый ответ. При этом слово "или" чаще всего является основным компонентом вопроса: "Какой срок обсуждения подходит вам больше всего - понедельник, среда или четверг?".

Подтверждающие вопросы задают, чтобы выйти на взаимопонимание. Если ваш партнер пять раз согласился с вами, то на решающий шестой вопрос он также даст положительный ответ. Примеры: "Вы придерживаетесь того же мнения, что...?", "Наверняка вы рады тому, что...?"

Встречные вопросы направлены на постепенное сужение разговора и подводят партнера по переговорам к окончательному решению. Считается невежливым отвечать вопросом на вопрос, однако встречный вопрос является искусным психологическим приемом, правильное использование которого может дать значительные преимущества.

Ознакомительные вопросы предназначены для выявления мнения собеседника по рассматриваемому вопросу. Это открытые вопросы, требующие развернутого ответа. Например: "На какой эффект вы рассчитываете при принятии этого решения?". Вопросы для ориентации задаются, чтобы установить, продолжает ли ваш партнер придерживаться высказанного ранее мнения. Например: "Каково ваше мнение по этому пункту?", "К каким выводам вы при этом пришли?".

Однополюсные вопросы - подразумевают повторение собеседником вашего вопроса в знак того, что он понял, о чем идет речь. При этом вы убеждаетесь, что вопрос понят правильно, а отвечающий получает время для обдумывания ответа.

Вопросы, открывающие переговоры, весьма важны для эффективного и заинтересованного обсуждения. У партнеров по переговорам сразу же возникает состояние положительного ожидания. Например: "Если я предложу вам способ, с помощью которого можно быстро решить проблему..., ничем при этом не рискуя, заинтересует вас это?".

Заключающие вопросы направлены на скорейшее положительное завершение переговоров. При этом лучше всего сначала задать один-два подтверждающих вопроса, сопроводив их непременно дружеской улыбкой: "Смог ли я убедить вас в выгоде этого предложения?", "Убедились ли вы, насколько просто все решается?". А затем без дополнительного перехода можно задать вопрос, заключающий переговоры: "Какое время реализации этого предложения вас больше устраивает - май или июнь?"

По результатам ряда исследований при передаче информации от того объема, который задумал передать собеседник, в памяти его партнера остается в среднем 24 %. Это объясняется особенностями человеческого мышления, запоми­нания и речи: человек мыслит образами, речь является средством кодирования образного представления в форму, удобную для передачи и понятную другим. Существенно и то, что каждый человек уникален, т. е. обладает разным стилем мышления, разным словарным запасом. Все это сказывается при передаче инфор­мации и проявляется как барьеры, которые приходится преодолевать мысли на пути к сознанию и памяти другого человека. И отсюда также вытекает необходи­мость понимания особенностей своего партнера по общению, активной подготов­ки к общению и применения специальных приемов для повышения эффективно­сти взаимодействия.

### ***Шесть правил, соблюдение которых позволяет нравиться людям***

1. Искренне интересуйтесь другими людьми.
2. Улыбайтесь.
3. Помните, что имя человека - это самый важный для него звук.
4. Будьте хорошим слушателем, поощряйте собеседника говорить о самом себе.
5. Говорите о том, что интересует вашего собеседника.
6. Внушайте вашему собеседнику сознание его значительности и делайте это искренне.

***Двенадцать правил, соблюдение которых позволяет склонить людей к вашей точке зрения:***

Единственный способ одержать верх в споре - это уклониться от него.

Проявляйте уважение к мнению вашего собеседника. Никогда не говорите человеку, что он не прав.

Если вы не правы, признайте это быстро и решительно.

С самого начала придерживайтесь дружелюбного тона.

Заставьте собеседника сразу же ответить вам «да».

Пусть большую часть времени говорит ваш собеседник.

Пусть ваш собеседник считает, что данная мысль принадлежит ему.

Искренне старайтесь смотреть на вещи с точки зрения вашего собеседника.

Относитесь сочувственно к мыслям и желаниям других.

Взывайте к более благородным мотивам.

Драматизируйте свои идеи, подавайте их эффектно.

Бросайте вызов, задевайте за живое.

***Девять правил, соблюдение которых позволяет воздействовать на людей, не оскорбляя их и не вызывая чувства обиды***

Начинайте с похвалы и искреннего признания достоинств собеседника.

Указывайте на ошибки других людей не прямо, а косвенно.

Сначала поговорите о собственных ошибках, а затем уже критикуйте своего собеседника.

Задавайте собеседнику вопросы, вместо того чтобы ему что-то приказывать.

Давайте людям возможность спасти свой престиж.

Выражайте людям одобрение по поводу малейшей их удачи и отмечайте каждый их успех. Будьте «чистосердечны в своей оценке и щедры на похвалу».

Создавайте людям хорошую репутацию, которую они будут стараться оправдать.

Прибегайте к поощрению. Создавайте впечатление, что ошибка, которую вы хотите видеть исправленной, легко исправима; делайте так, чтобы то, на что вы побуждаете людей, казалось им нетрудным.

Добивайтесь, чтобы люди были рады сделать то, что вы предлагаете.

***Барьеры, препятствующие эффективной коммуникации.***

фонетический барьер (непонимание языка, неприятие темпа речи, несовпадение вербальной и невербальной составляющих речи друг другу);

семантический барьер (непонимание смысла речи);

стилистический барьер (несоответствие содержания и стиля, формы изложения);

логический барьер («это женская логика», «есть две точки зрения – моя и неправильная»)

***Телефонные переговоры как инструмент формирования позитивного имиджа компании: установление и развитие контактов***

Опросник «Эффективные телефонные разговоры»

«Доброе утро. Это коммерческий банк «Русь». У телефона Никитин Алексей Петрович. Чем я могу помочь вам?».

«Извините, это не в моей компетенции. Вам нужно позвонить в отдел кредитов».

«Доброе утро, банк «Русь»».

«Заведующая вышла. Ей что-нибудь передать?»

«Спасибо за звонок. Звоните чаще!»

«Извините, я не работаю в этом отделе, поэтому ничем вам помочь не могу».

«Доброе утро. Отдел снабжения».

«Мне трудно сказать, почему наш сотрудник не позвонил вам. Вы не пробовали звонить ему еще раз?».

«Извините, что я заставил вас ждать. Чем я могу помочь вам?»

 «Я понимаю Вас. Мне кажется, что кто-то из сотрудников допустил оплошность. Я постараюсь все проверить. Чем я могу еще помочь вам?»

 «Так, кого вы ждете?»

«Михаил Иванович, извините, пожалуйста, за задержку документов. Постараюсь их выслать с оказией».

 «Спасибо. При случае я позвоню вам».

 «Вы сомневаетесь в наших возможностях? Я понимаю. Жду вашего звонка. Спасибо за звонок».

 «Расскажите, как это случилось».

 «Рад вашему звонку. Как у вас дела?»

 «Да, это я. Хочу сообщить вам неприятную информацию».

«Извините, пожалуйста, я принимаю междугороднюю телефонограмму. Можно, я перезвоню вам через 10 минут?»

 «К сожалению, Юрий Михайлович еще обедает».

 «Спасибо за звонок. Такого человека как вы мы готовы выслушать всегда».

 «Извините за задержку. У нас все заняты, поэтому никто не берет трубку».

 «Юрий Михайлович пошел к врачу. Должен вернуться к концу дня».

 «Здравствуйте, банк «Русь», у телефона дежурный экспедитор Сергеев. Слушаю».

 «Вы не правы. Однако что вы скажете про акции нашего банка?»

 «Извините. К сожалению, я должен идти на встречу. Давайте свяжемся завтра в 10 утра. Я вам позвоню. Спасибо за звонок».

|  |  |
| --- | --- |
|  | Номера вопросов |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| П |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| О |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Телефонный бланк для секретаря

По какому поводу звонит абонент

Какие звонки должны быть переадресованы подчиненным или в другие подразделения.

Какие темы секретарь может выяснить непосредственно у абонента.

В какое время Вы не хотите, чтобы Вам мешали.

С какими лицами Вас вообще не надо соединять.

С какими абонентами Вас следует соединять только в определенные часы.

С какими лицами Вас следует соединять в любое время.

Когда следует «пропускать» частные разговоры.

В какое время Вам лучше всего позвонить повторно.

Когда лучше всего позвонить тому или иному абоненту.

**Тема** **3.3 Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений**

Темы докладов

1. Юридические и моральные нормы регулирования служебных отношений.

2. Единство формальных и неформальных начал служебного общения.

Case Study. Практическое задание

Выполнение практических заданий будет связано с деятельностью определенной компании (предприятия, фирмы).

Вариант А - Компания, производящая продукты питания.

Вариант В - Компания, производящая косметическую продукцию.

Вариант С - Компания, выпускающая бытовую технику.

Вариант D - Телекоммуникационная компания.

***Практическое занятие № 1*** *Корпоративные коммуникации и PR.*

1. В соответствии с вариантом (А, В, С, D) смоделируйте вымышленную компанию и представьте ее.
2. Дайте общие сведения о ней. Какую продукцию она выпускает? Каково ее месторасположение? Имеет ли она представительства или производство в других регионах, странах? Кто ее партнеры, посредники, потребители?
3. Почему Вашей компании необходимы корпоративные коммуникации? Приведите примеры значения корпоративных коммуникаций для Вашей компании.
4. Проанализируйте письмо, известное как «Декларация принципов», которое Айви Ли направил редакторам газет в начале своей PR-деятельности. Почему было написано это письмо? Какие задачи ставятся перед PR-службой?

*Декларация принципов*

Это — не секретная пресс-служба. Вся наша работа ведется открыто. Мы нацелены на выдачу новостей. Но мы — не рекламное агентство. Если Вы считаете, что какой-то из наших материалов подошел бы больше Вашей коммерческой службе, не используйте его. Наши материалы — достоверны. Можно узнать дополнительные детали по любому из освещаемых вопросов, мы с радостью можем предоставить возможность любому редактору непосредственно проверить истинность любого положения из упомянутых фактов. По требованию любого редактора будет дана истинно полная информация о тех, от чьего имени распространялась статья. Если быть кратким, то наш план заключается в том, чтобы откровенно и открыто от имени деловых кругов и общественных институтов предоставлять прессе и общественности незамедлительную и точную информацию по предметам, представляющим для общественности ценность и интерес. Корпорации и общественные институты выпускают большое количество материалов, в которых теряются элементы новизны. Тем не менее, для общественности так же важно получить эти новости, как и для самих организаций распространить их. Я выпускаю только те материалы, каждую деталь которых я охотно помог бы проверить любому редактору. Я всегда к Вашим услугам и в состоянии предоставить Вам полную информацию по любой проблеме, упомянутой в моем письме.

***Практическое занятие № 2 Корпоративная идентичность***

* Какие цели преследует корпоративная идентичность?
* Почему важен эстетический вид исходящей коммуникации?
* Перечислите, на каких объектах и носителях можно увидеть корпоративный дизайн компании, созданной Вами к практическому занятию № 1.
* Представьте элементы корпоративного дизайна смоделированной Вами компании и образцы ее деловой документации.

***Практическое занятие № 3 Коммуникационная политика организации***

Одним из направлений корпоративных коммуникаций является взаимодействие с потребителями.

- Почему важно правильно реагировать на замечания потребителей?

- Как следует отвечать на жалобы и замечания?

- Ваша компания получила письмо (раздаточный материал) от потребителя. Составьте на него ответ.

***Практическое занятие № 4 Масс-медиа коммуникации***

Исходя из профиля компании (смоделированной Вами к практическому занятию № 1) напишите, на какие целевые группы направлены ее корпоративные коммуникации. Какие средства массовой информации (пресса, радиокомпании, телепередачи) наиболее интересны для Вашей компании.

Приведите примеры, какие материалы Вы могли бы подготовить для прессы?

Что необходимо учитывать в работе со СМИ?

Возьмите один из выпусков ежедневной деловой или общественно-политической газеты («Ведомости», «Коммерсант», «Известия», «Российская газета» и др.), найдите в нем и подпишите такие жанры, как: репортаж, интервью, заметка, обозрение, отчет, комментарий.

***Практическое занятие № 5* *Планирование PR-кампании***

Подготовьте план PR-кампании для урегулирования одной из проблем или достижения заданной цели. В процессе подготовки используйте материал «Техника планирования, организации и проведения коммуникационной политики».

План PR-кампании включает:

- Выделение проблемы. Общее описание проблемной ситуации: причины, вовлеченные группы, позиция организации, история развития событий и препятствие к достижению целей.

- Стратегические цели PR-кампании. Цели следует разбить на подцели. Сформулировать предложения по достижению целей.

- Сроки проведения PR-кампаний. Как долго будет длиться кампания? Необходимо определить общие сроки, периоды пиков и ослабления активности.

- Какие финансовые средства необходимы для данной PR-кампании? Определение бюджета PR-кампании на определенный срок, распределение средств с учетом пиков активности.

- Выявление целевой аудитории: определение социологических и психологических особенностей тех категорий, на которые направлена PR-кампания.

- План PR-мероприятий. Какие мероприятия будет включать в себя эта кампания? Конкретные сроки и исполнители. Что и в каких направлениях коммуникаций Вы будете предпринимать?

- Методы оценки результатов. Как определить, достигнуты ли цели, и в какой степени?

**Тема 3.4 Психологический климат в трудовом коллективе**

Тема докладов

1. Национальные стили деловых отношений. Особенности национальной этики деловых партнеров.

2. Национальные особенности в деловом общении: Германия, Италия, Франция.

3. Национальные особенности в деловом общении: Англия, США.

4. Национальные особенности в деловом общении: Китай, Япония.

**Тема 3.5 Проблемы межкультурной коммуникации**

Тренинг на «прочтение» невербальных сигналов

|  |
| --- |
| ***Упражнение "Подстройка по невербальным признакам"*** Заготовьте заранее 6 карточек с невербальными характеристиками: «поза», «жесты», «дыхание», «громкость голоса», «высота голоса», «скорость речи». Участвуют 3 партнера. 1. Партнеры А и В беседуют на произвольную тему. Партнер С показывает партнеру А одну из указанных 6 карточек, и А меняет в своем поведении ту характеристику, которая указана на ней. 2. Партнер В должен заметить это и подстроиться под изменения А, т. е. изменить у себя ту же характеристику. |
| ***Упражнение "Развитие остроты визуального восприятия"*** Участвуют двое. 1. Партнер А раскладывает на столе в произвольном порядке 10-12 мелких предметов (ручки, карандаши, книги и т. д.). 2. В течение 20 секунд партнер В внимательно смотрит на них, как бы «фотографируя» взглядом. Затем отворачивается. 3. Партнер А слегка меняет расположение предметов (так, чтобы получилось 5-7 незначительных отличий). 4. Партнер В поворачивается. Его задача — найти отличия и привести предметы в первоначальный порядок. 5. Партнеры меняются местами.  |
| ***Упражнение "Развитие остроты аудиального восприятия"*** Участвуют трое. 1. Партнер А (калибрующий) закрывает глаза и готовится к восприятию. В и С, меняя свое положение в пространстве (т. е. переходя с место на место) по очереди издают один и тот же звук (например, щелчок пальцами или хлопок ладонями), каждый раз называя свое имя. Важно, чтобы В и С каждый раз воспроизводили звук одинаково. 2. Когда А найдет разницу в звучании В и С (т. е. откалибрует их), они прекращают называть свои имена и начинают воспроизводить звуки в произвольном порядке. А, основываясь на произведенной калибровке, сам называет имя источника звука. Если А ошибается, ему нужно дать знать об этом. Если А ошибается очень часто, следует вернуться к шагу 1 и повторить калибровку. 3. После 6 правильных ответов (подряд) А дает обратную связь о том, какие различия (громкость звука, высота, и т. д.) он использовал для калибровки В и С. 4. Участники меняются местами.  |
| ***Упражнение "Развитие остроты кинестетического восприятия"*** Инструкция такая же, как в предыдущем упражнении, за исключением замены аудиального стимула на кинестетический (касание ладонью плеча, пальцем ладони и т.д.).  |

**V УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Рекомендуемый список литературы**

### *Основная литература:*

|  |
| --- |
| 1. Кривокора Е.И. Деловые коммуникации : учеб. пособие для студ. вузов / Е. И. Кривокора. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 189 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: С. 180-189
 |
| 1. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью : учебник для студ. вузов / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - М. ; СПб. ; Н. Новгород : Питер, 2010. - 376 с. - (Учебник для вузов). - Библиогр. в конце глав
 |
| 1. Основы теории коммуникации : учебник для студ. вузов / ред. М. А. Василик. - М. : Гардарики, 2007. - 615 с. - (disciplinae). - Библиогр. в конце глав
 |
| 1. Кузнецов И.Н. Деловое общение [Электрон. ресурс] : учеб. пособие / И.Н. Кузнецов. – 5-е изд. - Электрон. текст. дан. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 528 с. – Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/book/112230/
 |
| 1. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электрон. ресурс] : учебник / Ф.И. Шарков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текст. дан. - М.: Дашков и Ко, 2010. - 296 с. – Режим доступа: http://www.biblioclub.ru/book/116006/
 |

*Дополнительная литература*

1. Бакулев, Г.П. Массовые коммуникации. Западные теории и концепции / Г.П. Бакулев. - М, 2005.
2. Варакута С.А. Связи с общественностью : учеб. пособие / С. А. Варакута, 2004. - 245 с.
3. Вемъ А. Язык тела и его демоны: О чем умолчал Аллан Пиз / А. Вемъ, 2006. - 192 с.
4. Веснин В.Р. Менеджмент : учебник для студ. вузов / В. Р. Веснин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Проспект, 2007. - 502 с.
5. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация : учебник для студ. вузов / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина, 2006. - 272 с.
6. Емельянов С. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс : учеб. пособие для студ. вузов / С. Емельянов, 2006. - 240 с.
7. Корпоративный менеджмент : учеб. пособие / И. И. Мазур [и др.], 2005. - 374 с.
8. Ляпина, Т.В. Бизнес и коммуникации, или Школа современной рекламы / Т.В.Ляпина. - Киев: Альтерпресс, 2002. – 336 с. - (Экспресс-курс современной рекламы).
9. Организационное поведение : учебник для вузов / Ред. Г. Р. Латфуллин, О. Н. Громова. - СПб. : Питер, 2006. - 432 с
10. Светлов В.А. Конфликт: модели, решения, менеджмент : учеб. пособие для студ. вузов / В. А. Светлов, 2005. - 539 с.
11. Семиков В.Л. Организационное поведение руководителя : учеб. пособие для вузов / В. Л. Семиков, 2004. - 219 с.
12. Яковлев, И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций / И.П. Яковлев. – СПб.: «Авалон», «Азбука-классика», 2006. - 240 с.

**VI МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1. Компьютерный класс. Специализированный класс для просмотра видеофильмов.

2. Видеофильмы, СД, презентации.

3. Информационное обеспечение Internet