Алмосов Александр Павлович
Подписан: Алмосов Александр Павлович
DN: C=RU, L=Волгоград, O=ВИУ РАНХиГС, OU=Директорат, CN=Алмосов Александр Павлович, E=almosov-ap@ranepa.ru
Основание: я подтверждаю этот документ
Местоположение: ВИУ - филиал РАНХиГС
Дата: 2020.12.11 13:59:40+04'00'
Foxit Reader Версия: 10.1.1

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
кафедра корпоративного управления

Утверждена
решением кафедры
корпоративного управления
Протокол от «02» сентября 2019 г. № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.20 Деловые коммуникации
(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки (специальности)

38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата)

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Региональное управление»

направленность (профиль)

Бакалавр

квалификация

очная, заочная

форма(ы) обучения

Год набора - 2020

Волгоград, 2019 г.

Автор(ы)-составитель(и):

ст. преподаватель кафедры корпоративного управления Ширяева В.А.

Заведующий кафедрой корпоративного управления
д-р экон. наук, доцент Булетова Н.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы …….7

3. Содержание и структура дисциплины ……..……8

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине …….……...……..13

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ……...…….....35

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине…….……...40

6.1. Основная литература ..…….……..……...……..40
6.2. Дополнительная литература ..……...……..…….…..40
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы ……..……40
6.4. Нормативные правовые документы ..…….……..…….....40
6.5. Интернет-ресурсы ..…….……..…….....41

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы ...……..…...41

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1.Дисциплина Б1.Б.20 «Деловые коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-3	Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.1.1	Готовность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в командной работе
ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	ОПК-4.2.1	Готовность применять знания основных принципов и положений организации деловых коммуникаций в рамках информационного обеспечения управления

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	**Код этапа освоения компетенции**	**Результаты обучения**
	УК ОС-3.1.1- Готовность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в командной работе	дает определения основных теоретических положений: коммуникативный процесс в организации, взаимодействие, коммуникативные барьеры, обратная связь
		осуществляет аналитическую и практическую деятельности в сфере организации коммуникативного процесса в организации, формирования обратной связи
	ОПК-4.2.1– Готовность применять знания основных принципов и положений организации деловых коммуникаций	дает определения основных теоретических положений: стейхолдеры, совещание и переговоры
		осуществляет аналитическую и практическую деятельность в сфере исследования стейхолдеров, проведения совещаний и переговоров

	в рамках информационного обеспечения управления	

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.Б.20 «Деловые коммуникации» в соответствии с Учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается во 2 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 2 ЗЕ (72 часа).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области в области социологии, психологии. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, необходимы для работы с организационными структурами, персоналом, поможет повысить эффективность работы.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 36 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 36 часов.

По заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 10 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 58 часов, контроль 4 часа.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с Учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости[4], промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
2 семестр								
Тема 1	Введение в основы теории коммуникации. Виды деловой коммуникации	19	6	-	4	-	9	О,Т, КР
Тема 2	Коммуникации: виды и функции. Общение. Коммуникации как механизм взаимодействия.	21	6	2	4	-	9	О, Т, КР
Тема 3	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Выработка навыков ведения эффективных деловых коммуникаций.	19	6	-	4	-	9	О, К, Д
Тема 4	Управление конфликтами, работа с возражениями, умение отстоять свою точку зрения.	13	2	-	2	-	9	О, Т, КР
Промежуточная аттестация		-						зачет
	Всего:	**72**	**20**	**2**	**14**	**-**	**36**	
Заочная форма обучения								
2 курс								
Тема 1	Введение в основы теории коммуникации. Виды деловой коммуникации	16	2	-	-	-	14	О,Т, КР
Тема 2	Коммуникации: виды и функции. Общение. Коммуникации как механизм взаимодействия.	20	2	2	2	-	14	О, Т, КР
Тема 3	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Выработка навыков ведения эффективных деловых	16	-	-	2	-	14	О, К, Д

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости[4], промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
	коммуникаций.							
Тема 4	Управление конфликтами, работа с возражениями, умение отстоять свою точку зрения.	18	-	2	-	-	16	О, Т, КР
Промежуточная аттестация		4						зачет
	Всего:	**72**	**4**	**2**	**4**	**-**	**58**	

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), Практическое задание(ПЗ), реферат (Р), Деловая игра (ДИ).

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Введение в основы теории коммуникации. Виды деловой коммуникации	Природа и цель коммуникаций в обществе. Сущность понятия «деловые коммуникации». Виды коммуникаций и их специфика.
Тема 2	Коммуникации: виды и функции. Общение. Коммуникации как механизм взаимодействия.	Модели коммуникации в организациях. Факторы эффективной и неэффективной коммуникации, организационная структура информационного взаимодействия в организациях, стратегическая коммуникация в управлении организацией.
Тема 3	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Выработка навыков ведения эффективных деловых коммуникаций.	Правильно подобранный имидж как одно из слагаемых успеха в деловом общении. Психологические особенности формирования имиджа. Понятие «имиджа». Составляющие имиджа делового человека. Внешнее впечатление. Стиль и имидж. Репутация. Понятие «репутации». Жанры формирования деловой репутации
Тема 4	Управление конфликтами, работа с возражениями, умение отстоять свою точку зрения.	Общий алгоритм преодоления возражений. Методы работы с возражениями во время деловых коммуникаций.

На самостоятельную работу студентов по дисциплине Б1.Б.20 «Деловые коммуникации» выносятся следующие темы:

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС	Очная форма	Заочная форма
1	2	3	4	5

1	Введение в основы теории коммуникации. Виды деловой коммуникации	Понятие и функции коммуникации. Связь коммуникации и управления	*О, Р*	*О, Р*
2	Коммуникации: виды и функции. Общение. Коммуникации как механизм взаимодействия.	Информационно-коммуникативные технологии в управленческой деятельности	*О,Р,*	*О,Р,*
3	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Выработка навыков ведения эффективных деловых коммуникаций.	Понятие «доверие» как категория социологии	*О*	*О*
4	Управление конфликтами, работа с возражениями, умение отстоять свою точку зрения.	Причины появления слухов и методы борьбы с ними	*О, Р*	*О, Р*

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.Б.20 «Деловые коммуникации» используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная и Заочная форма		
Тема 1	Введение в основы теории коммуникации. Виды деловой коммуникации	О,Т, КР
Тема 2	Коммуникации: виды и функции. Общение. Коммуникации как механизм взаимодействия.	О, Т, КР
Тема 3	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Выработка навыков ведения эффективных деловых коммуникаций.	О, К, Д
Тема 4	Управление конфликтами, работа с возражениями, умение отстоять свою точку зрения.	О, Т, КР

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета методом устного опроса по перечню примерных вопросов из п.4.3 и решения практических задач.

К сдаче зачету по дисциплине допускаются студенты, получившие не меньше 60 баллов при текущей аттестации. При подготовке к зачету студент внимательно

просматривает вопросы, предусмотренные рабочей программой, и знакомиться с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи зачета студентом является изучение конспектов обзорных лекций, прослушанных в течение семестра, информация, полученная в результате самостоятельной работы, и практические навыки, освоенные при решении задач в течение семестра.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

4.2.1 Вопросы к устному опросу по дисциплине «Деловые коммуникации»

№ раздела	Вопросы к устному опросу
1	1. Место теории коммуникации в системе научного знания. 2. Категории «коммуникация» и «общение» как ключевые категории теории коммуникации.23 3. Коммуникация в информационном обществе. 4. Коммуникативный процесс и его структура. 5. Модель Лассуэла и ее роль для развития теории коммуникации
2	1. Модели общения и их предназначение. 2. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к переговорам. 3. . Достоинства и недостатки разных моделей применительно к презентации. 4. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к пресконференции. 5. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к торгам
3	1. Опишите стандартную структуру эффективной деловой коммуникации? 2. Какие преимущества дает использование навыков эффективного делового общения? 3. Назовите основные требования к эффективных деловым коммуникациям? 4. Приведите примеры успешных деловых коммуникаций. 5. Что такое управленческие решения в бизнес-процессах?
4	1. В чем заключаются основные методы работы с вопросами во время презентации? 2. Назовите основные методы борьбы с возражениями из собственного опыта. 3. Что такое метод бумеранга и как он используется? 4. Как применяется ролевой подход во время работы с вопросами? 5. Какие виды возражений существуют?

	Что такое «манипуляции в общении»? 2. Какие стратегии поведения типичны для манипуляторов? 3. Как противостоять манипуляциям в общении? 4. Каким образом можно распознать эго-состояния Родителя, Взрослого, Ребенка? 5. К каким приемам прибегают недобросовестные работники?
	Раскройте понятие «имидж». 2. Назовите разновидности имиджа. 3. Дайте определения имиджелогии, имиджирования, имиджмейкера. 4. Охарактеризуйте значение имиджа. 5. Пути создания внешнего облика и его роль в деловом общении.

4.2.2 Темы к докладам по дисциплине «Деловые коммуникации»

1. Модели общения и их предназначение.
2. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к переговорам.
3. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к презентации.
4. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к пресс-конференции.
5. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к торгам.
6. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к деловому совещанию.
7. Принцип классификации традиционных стилей общения Специфика спроса на обучающие программы по коммуникации в постперестроечной России.
8. Этические основы делового общения в дореволюционной и современной России (по материалам гильдийских купеческих уставов и корпоративных кодексов современных компаний).
9. Роли и стили менеджмента сквозь призму «общества спектакля».
10. Профессиональный словарь эксперта по орг. коммуникациям.
11. Медийный психологический портрет успешного специалиста по коммуникациям на рынке современных консультационных услуг.
12. Специфика коммуникаций на разных этапах социального проекта.
13. Сложности коммуникаций в кросс-культурной среде.
14. Коммуникации в формальных и неформальных коллективах.
15. Мифы и демифологизация современных технологий публичных выступлений.
16. Специфика адаптации западных технологий делового общения в России.
17. Коммуникации деловой элиты в медийном пространстве в России и за рубежом.
18. Современные типологии личности. Сравнительный анализ.
19. Гендерная коммуникация: мифы и реальность.
20. Трансактный анализ и его применение в бизнесе.
21. Построение аргументации в деловых переговорах (примеры из российских и зарубежных деловых изданий).
22. Виды коммуникативной дискриминации и их преодоление руководителем.

23. Тренды развития коммуникативных компетенций в компании (российский и зарубежный опыт по материалам деловой литературы и периодики).
24. Личность и коммуникации лидера.
25. Роль эмоционального интеллекта в лидерстве.
26. Управление талантливыми людьми – как непрерывный процесс управления конфликтами.
27. Старый и новый подход в выращивании лидеров: коммуникации в обучении.
28. Манипуляция и убеждение в деловой практике на примере кейсов из Harvard Business Review.
29. Психологическое айкидо и его применение в бизнесе.
30. Какая форма общения как взаимодействия наиболее продуктивна – ориентация на контроль или ориентация на понимание?
31. Какой этап в общении принципиально важен и почему?
32. Каковы могут быть последствия несоблюдения делового этикета?
33. Можно ли что-либо добавить в кодекс делового человека, сформулированный в начале 20 в.? Обоснуйте ответ.

Срезовые тесты

Срез № 1

1 ВАРИАНТ

1. Понятие коммуникация характеризуется:
1) передачей информации с целью получения ответа
2) обмен информацией о идеях или переживаниях
3) передача информации от источника во вне
4) воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы

1. Основными типами коммуникации по установочной задаче являются:
1) информационная, убеждающая, контактоустанавливющая
2) непосредственная, опосредованная
3) межличностная, групповая, массовая
4) информационная, дискутивная, письменная

2. Обратная связь - это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на инициирующее высказывание или поведение, выполняющий … или коррективную функцию.
1) комплиментарную
2) поясняющую
3) объяснительную
4) сигнальную

3. Обратная связь в процессе коммуникации может быть
1) директивной и недирективной
2) прямой и косвенной
3) положительной и отрицательной
4) оценочной и безоценочной

4. Самопрезентация это

1) управление впечатлением, которое оратор производит на аудиторию с целью влияния на нее
2) автобиографичный рассказ о себе
3) позиционирование себя с лучшей стороны
4) коммуникативный прием, используемый на собеседовании

5. Отметьте существующие виды самопрезентации:

1) массовая, межличностная
2) природная, искусственная
3) ситуационная, обеъективная
4) первичная, вторичная

6. Назовите автора теории зеркального я

1) И.Гофман
2) Р.Викланд
3) Ч.Кули
4) А.Шутц

7. Термином «интеракция» в социологии обозначают

1) социальные контакты
2) социльное действие
3) социальное взаимодействие
4) социальные отношения

8. Простые, элементарные связи между отдельными индивидами это

1) социальные контакты
2) социльное действие
3) социальное взаимодействие
4) социальные отношения

9. Систематические, достаточно регулярные, взаимообусловленные действия субъектов, направленные друг на друга это

1) социальные контакты
2) социльное действие
3) социальное взаимодействие
4) социальные отношения

2 ВАРИАНТ

1. Информацию, не зависящую от личного мнения или суждения, называют:

1) достоверной
2) актуальной
3) объективной
4) полной

2. Информацию, изложенную на доступном для получателя языке называют:

1) понятной
2) полной
3) полезной

4) актуальной

3. Семиотика это

1) наука о о знаковых системах
2) совокупность наук, изучающих культуру народа, выраженную в языке и литературном творчестве.
3) дублирование некоторого элемента смысла
4) стилистическая фигура или стилистическая ошибка

4. Отсутствие какого элемента коммуникативного процесса выступает важнейшим недостатком модели Г.Лассуэлла

1) обратная связь
2) лидер мнения
3) канал
4) посредник

5. Определте тип коммуникативной модели П.Лазерсфельда

1) лиейная
2) двуступенчатая
3) однонаправленная
4) цикличная

6. Затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:

1) семантический барьером
2) эмоциональным барьером
3) отсутствие обратной связи
4) невербальным бырьером

7. Назовите автора драматургичсекой теории

1) И.Гофман
2) Р.Викланд
3) Ч.Кули
4) А.Шутц

8. Назовите автора, выделевшего два типа самопрезентации: защитную и приобретающую

1) И.Гофман
2) Р.Викланд
3) Ч.Кули
4) А.Шутц

9. К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится

1) мимика
2) походка
3) громкость
4) тембр

10. К какой сфере невербальной коммуникации относится знак:

1) проксемика
2) ольфакторика
3) кинесика

4) такесика

СРЕЗ № 2

1 ВАРИАНТ

1. Какой из перечисленных ниже видов коммуникаций называется «виноградной лозой»:

1) формальные коммуникации
2) неформальные коммуникации
3) вертикальные коммуникации
4) диагональные коммуникации

2. Для горизонтальных коммуникаций характерно:

1) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2) Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности
3) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
4) Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.

3. Физическое лицо или организация, имеющая права, долю, требования или интересы относительно системы или её свойств, удовлетворяющих их потребностям и ожиданиям, является

1) партенром
2) стейкхолдером
3) конкурентом
4) владельцем-собственником

4. Субъекты, не являющиеся внутренними стейкхолдорами организации

1) поставщики
2) персонал
3) учредители
4) инвесторы

5. Коммуникационная сеть — это

1) это деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары
2) это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов
3) это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации
4) это процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла

6. **Согласно теории менеджмента в информационной сети ____ один руководитель контролирует деятельность нескольких подчиненных, информационные потоки исходят из одного центра, что позволяет быстро приступать к действиям**

1) «палатка»
2) «звезда»
3) «шпора»
4) «круг»

7. **Привлечение к решению тех или иных проблем инновационной производственной деятельности широкого круга лиц для использования их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением инфокоммуникационных технологий –**

1) нетворкинг
2) краудфандинг
3) краудсорсинг
4) нет верного варианта ответа

8. **Специфический вид деловой коммуникации, имеющий свои правила и закономерности, использующий разнообразные пути к достижению соглашения, совместный анализ проблем – это**

1) совещание
2) переговоры
3) дебрифинг
4) пресс-конференция

9. **Общепринятая форма делового общения по обсуждению производственных вопросов и проблем, требующих коллективного осмысления и решения – это**

1) совещание
2) переговоры
3) дебрифинг
4) пресс-конференция

10. **Письменный документ, получаемый участниками совещания заранее и содержащий основную информацию о нем: тему, цель, перечень обсуждаемых вопросов, место проведеня, время начала и окончания и т.д.**

1) регламент
2) пресс релиз
3) повестка дня
4) доклад

2 ВАРИАНТ

1. **Для восходящих коммуникаций характерно**

1) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2) Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности
3) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.

4) Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.

2. Для нисходящих коммуникаций характерно

1) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
3) Доведения до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
4) Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.

3. Высшая степень лояльности персонала проявляется на

1) атрибутивном уровне
2) уровне поведения
3) уровне способностей
4) уровне идентичности

4. Субъекты, не являющиеся внешними стейкхолдорами организации

1) поставщики
2) посредники
3) покупатели
4) инвесторы

5. Теория управления стейкхолдерами была впервые подробно изложена

1) Э.Фриманом
2) Р.Акоффом
3) Б.-А. Лундваллом
4) Л. Нильсоном

6. Группа стейкхолдеров с высоким уровнем как важности, так и ввлияния, стратегия управления которыми состоит в максимальном вовлечении

1) временные работники
2) консультанты
3) партнеры
4) «поддержка»

7. Социальная и профессиональная деятельность, направленная на то, чтобы с помощью круга друзей и знакомых максимально быстро и эффективно решать сложные жизненные задачи (пример: устроить ребенка в детский сад, найти работу, познакомиться с будущим супругом) и бизнес-вопросы (пример: находить клиентов, нанимать лучших сотрудников, привлекать инвесторов) –

1) нетворкинг
2) краудфандинг
3) краудсорсинг
4) нет верного варианта ответа

8. **Коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов) –**

1) нетворкинг
2) краудфандинг
3) краудсорсинг
4) нет верного варианта ответа

9. **Цель какого вида совещаний состоит в передаче необходимых сведений и распоряжений сверху вниз по вертикали управления (от руководителя к подчинённым) для скорейшего их выполнения**

1) инструктивных совещаний
2) проблемных совещаний
3) диспетчерских совещаний
4) мотивационных совещаний

10. **Цель, какого вида совещаний, состоит в получении информации о текущем состоянии дел**

1) инструктивных совещаний
2) проблемных совещаний
3) диспетчерских совещаний
4) мотивационных совещаний

ИТОГОВЫЙ ТЕСТ

ВАРИАНТ 1

1. **Понятие коммуникация характеризуется:**

1) передачей информации с целью получения ответа
2) обмен информацией о идеях или переживаниях
3) передача информации от источника во вне
4) воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы

2. **Основными типами коммуникации по установочной задаче являются:**

1) информационная, убеждающая, контактоустанавливающая
2) непосредственная, опосредованная
3) межличностная, групповая, массовая
4) информационная, дискутивная, письменная

3. **Обратная связь - это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на инициирующее высказывание или поведение, выполняющий … или коррективную функцию.**

1) комплиментарную
2) поясняющую
3) объяснительную
4) сигнальную

4. **Обратная связь в процессе коммуникации может быть**

1) директивной и недирективной

2) прямой и косвенной
3) положительной и отрицательной
4) оценочной и безоценочной

5. Самопрезентация это
1) управление впечатлением, которое оратор производит на аудиторию с целью влияния на нее
2) автобиографичный рассказ о себе
3) позиционирование себя с лучшей стороны
4) коммуникативный прием, используемый на собеседовании

6. Отметьте существующие виды самопрезентации:
1) массовая, межличностная
2) природная, искусственная
3) ситуационная, обеъективная
4) первичная, вторичная

7. Назовите автора теории зеркального я
1) И.Гофман
2) Р.Викланд
3) Ч.Кули
4) А.Шутц

8. Термином «интеракция» в социологии обозначают
1) социальные контакты
2) социльное действие
3) социальное взаимодействие
4) социальные отношения

9. Простые, элементарные связи между отдельными индивидами это
1) социальные контакты
2) социльное действие
3) социальное взаимодействие
4) социальные отношения

10. Систематические, достаточно регулярные, взаимообусловленные действия субъектов, направленные друг на друга это
1) социальные контакты
2) социльное действие
3) социальное взаимодействие
4) социальные отношения

11. Информацию, не зависящую от личного мнения или суждения, называют:
1) достоверной
2) актуальной
3) объективной
4) полной

12. Информацию, изложенную на доступном для получателя языке называют:
1) понятной
2) полной
3) полезной

4) актуальной

13. Семиотика это
1) наука о о знаковых системах
2) совокупность наук, изучающих культуру народа, выраженную в языке и литературном творчестве.
3) дублирование некоторого элемента смысла
4) стилистическая фигура или стилистическая ошибка

14. Отсутствие какого элемента коммуникативного процесса выступает важнейшим недостатком модели Г.Лассуэлла
1) обратная связь
2) лидер мнения
3) канал
4) посредник

15. Определте тип коммуникативной модели П.Лазерсфельда
1) лиейная
2) двуступенчатая
3) однонаправленная
4) цикличная

16. Затруднения в приеме и понимании коммуникации связанные с интерпретацией информацией называется:
1) семантический барьером
2) эмоциональным барьером
3) отсутствие обратной связи
4) невербальным бырьером

17. Назовите автора драматургичсекой теории
1) И.Гофман
2) Р.Викланд
3) Ч.Кули
4) А.Шутц

18. Назовите автора, выделевшего два типа самопрезентации: защитную и приобретающую
1) И.Гофман
2) Р.Викланд
3) Ч.Кули
4) А.Шутц

19. К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится
1) мимика
2) походка
3) громкость
4) тембр

20. К какой сфере невербальной коммуникации относится знак:
1) проксемика
2) ольфакторика
3) кинесика

4) такесика

2 ВАРИАНТ

1. Какой из перечисленных ниже видов коммуникаций называется «виноградной лозой»:

1) формальные коммуникации
2) неформальные коммуникации
3) вертикальные коммуникации
4) диагональные коммуникации

2. Для горизонтальных коммуникаций характерно:

1) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2) Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности
3) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
4) Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.

3. Физическое лицо или организация, имеющая права, долю, требования или интересы относительно системы или её свойств, удовлетворяющих их потребностям и ожиданиям, является

1) партенром
2) стейкхолдером
3) конкурентом
4) владельцем-собственником

4. Субъекты, не являющиеся внутренними стейкхолдорами организации

1) поставщики
2) персонал
3) учредители
4) инвесторы

5. Коммуникационная сеть — это

1) это деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары
2) это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов
3) это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации
4) это процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла

6. Согласно теории менеджмента в информационной сети ____ один руководитель контролирует деятельность нескольких подчиненных,

информационные потоки исходят из одного центра, что позволяет быстро приступать к действиям

1) «палатка»
2) «звезда»
3) «шпора»
4) «круг»

7. Привлечение к решению тех или иных проблем инновационной производственной деятельности широкого круга лиц для использования их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением инфокоммуникационных технологий –

1) нетворкинг
2) краудфандинг
3) краудсорсинг
4) нет верного варианта ответа

8. Специфический вид деловой коммуникации, имеющий свои правила и закономерности, использующий разнообразные пути к достижению соглашения, совместный анализ проблем – это

1) совещание
2) переговоры
3) дебрифинг
4) пресс-конференция

9. Общепринятая форма делового общения по обсуждению производственных вопросов и проблем, требующих коллективного осмысления и решения – это

1) совещание
2) переговоры
3) дебрифинг
4) пресс-конференция

10. Письменный документ, получаемый участниками совещания заранее и содержащий основную информацию о нем: тему, цель, перечень обсуждаемых вопросов, место проведеня, время начала и окончания и т.д.

1) регламент
2) пресс релиз
3) повестка дня
4) доклад

11. Для восходящих коммуникаций характерно

1) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2) Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности
3) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
4) Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.

12. Для нисходящих коммуникаций характерно

1) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
2) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
3) Доведения до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
4) Обмен информацией между различными отделами и другими структурными подразделениями, которые расположены на одном уровне менеджмента, в результате чего достигается координация и согласование деятельности для достижения общих целей организации.

13. Высшая степень лояльности персонала проявляется на

1) атрибутивном уровне
2) уровне поведения
3) уровне способностей
4) уровне идентичности

14. Субъекты, не являющиеся внешними стейкхолдорами организации

1) поставщики
2) посредники
3) покупатели
4) инвесторы

15. Теория управления стейкхолдерами была впервые подробно изложена

1) Э.Фриманом
2) Р.Акоффом
3) Б.-А. Лундваллом
4) Л. Нильсоном

16. Группа стейкхолдеров с высоким уровнем как важности, так и ввлияния, стратегия управления которыми состоит в максимальном вовлечении

1) временные работники
2) консультанты
3) партнеры
4) «поддержка»

17. Социальная и профессиональная деятельность, направленная на то, чтобы с помощью круга друзей и знакомых максимально быстро и эффективно решать сложные жизненные задачи (пример: устроить ребенка в детский сад, найти работу, познакомиться с будущим супругом) и бизнес-вопросы (пример: находить клиентов, нанимать лучших сотрудников, привлекать инвесторов) –

1) нетворкинг
2) краудфандинг
3) краудсорсинг
4) нет верного варианта ответа

18. Коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило

через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов) –

1) нетворкинг
2) краудфандинг
3) краудсорсинг
4) нет верного варианта ответа

19. Цель какого вида совещаний состоит в передаче необходимых сведений и распоряжений сверху вниз по вертикали управления (от руководителя к подчинённым) для скорейшего их выполнения

1) инструктивных совещаний
2) проблемных совещаний
3) диспетчерских совещаний
4) мотивационных совещаний

20. Цель, какого вида совещаний, состоит в получении информации о текущем состоянии дел

1) инструктивных совещаний
2) проблемных совещаний
3) диспетчерских совещаний
4) мотивационных совещаний

4.2.4 Вопросы к диспуту по дисциплине «Деловые коммуникации»

Теоретические:

1. Основные принципы этики и характер деловой коммуникации
2. Виды и формы коммуникации
3. Трансактный анализ как инструмент продуктивного взаимодействия
4. Невербальные аспекты деловой коммуникации
5. Понятие психологических игр: участники, виды выгод, виды «расплат».
6. Конфликтные ситуации в деловом общении и пути их разрешения.

Прикладные:

1. Примеры непонимания из деловой практики
2. Структура личности в трансактном анализы.
3. Психологическая игра «Попался мерзавец». Пути выхода из игры.
4. Психологические аспекты деловой коммуникации при переговорах
5. Специфика публичных выступлений: закономерности восприятия первого впечатления аудиории.
6. Эмоциональный интеллект (EQ) и его роль в деловой коммуникации.

4.2.5 Примерная тематика письменных (контрольных) работ

1. Знаковые системы
2. Коммуникативная революция и информационно-коммуникативное общество.
3. Коммуникативные свойства культуры и роль языка.
4. Коммуникации в организациях.
5. Концепции массового общества, массовой аудитории и массовой культуры.
6. Невербальная коммуникация как выразительное средство кино и телевидения.

7. Основные гипотезы происхождения языка.
8. Социальная сущность, роль и функции социальных коммуникаций в современном обществе.
9. Проблемы формирования информационно-коммуникативного общества в России.
10. Объект и предмет теории коммуникации.
11. Основные методологические подходы в теории коммуникации.
12. Основные подходы к определению коммуникации, общее и особенное в определениях коммуникации, простейшая схема коммуникации.
13. Обобщенная технология коммуникационного поведения, жесткий и мягкий подход к пониманию сущности коммуникации.
14. Коммуникация, социальная коммуникация, социально-коммуникационное поведение. Сущность понятий. Сходство и различие.
15. Виды и типы социальных коммуникаций: методологические подходы и основные классификации.
16. Типология социальных коммуникаций по критериям типа канала, типа сообщения, эффекта, наличия обратной связи, по дополнительным критериям.
17. Понятие коммуникативной личности. Параметры коммуникативной личности.
18. Основные методологические подходы в теории коммуникации.
19. Основные составляющие коммуникативного процесса.
20. Условия и особенности развития деловой культуры в России
21. Особенности российской бизнес-культуры и направления ее совершенствования.
22. Современные концепции ведения деловых переговоров и применяемые тактические приемы.
23. Психологические аспекты делового общения.
24. Национальные особенности этических норм и делового общения при переговорах.
25. Кросс-культурный анализ и деловое общение в переговорах в процессе разработки рекламных мероприятий.
26. Деловые переговоры при организации рекламной кампании и деловое общение.
27. Атрибуты делового общения, вопросы протокольного старшинства.
28. Этические аспекты и практика вручения подарков в деловом общении.
29. Особенности деловой переписки (на примере рекламы).
30. Виды и особенности деловых приемов и презентаций и деловой этикет.
31. Деловое общение, презентации и реклама.
32. Деловая коммуникация (на примере….).
33. Письменная коммуникация в структуре делового общения.
34. Влияние имиджа на эффективность делового взаимодействия.
35. Эффективная презентация и деловой протокол.
36. Особенности составления официально-деловых текстов (на примере….).
37. Социально-психологические проблемы деловых отношений (на примере….).
38. Речь в межличностных, общественных и деловых отношениях.
39. Логические и психологические приемы полемики.

40. Коммуникация в организациях. Внутрикорпоративные деловые отношения.
41. Особенности телефонной (электронной и т.д.) коммуникации и деловые отношения.
42. Управление деловыми конфликтами
43. Факторы успеха в проведении делового совещания.
44. Речевые коммуникации в деловых переговорах.
45. Электронные средства коммуникации и их использование в деловом взаимодействии. Культура речи и деловое общение.

Методические рекомендации по написанию письменных (контрольных) работ

В рамках изучения данного курса студентам предлагается самостоятельное изучение указанной основной литературы. Систематическое изложение основной проблематики дисциплины осуществляется в ходе лекционных занятий.

На семинарских занятиях происходит отработка наиболее важных вопросов курса. Контрольная работа предполагает изучение нескольких источников по списку литературы и написание самостоятельной работы: - по одной из тем программы курса (по выбору студента); - предложенной примерной тематике письменных (контрольных) работ.

Порядок выполнения контрольной работы целесообразно принять следующий. Определив номер или название темы, необходимо внимательно ознакомиться с кругом входящих в нее вопросов, а также с приведенными методическим советами, которые помогут сориентироваться в теме, обратят внимание на наиболее важные проблемы. Затем следует: прочитать и изучить соответствующие разделы рекомендованной литературы и дополнительный учебный материал по выбранной теме в Интернете. изучить конспекты учебных лекций. Далее, на основе переработанного материала необходимо дать самостоятельное изложение основных вопросов темы.

В случае затруднений следует обратиться к словарю важнейших терминов и понятий, дополнительной справочной литературе. Работы, просто переписанные из учебников и методических пособий, «позаимствованные» из Интернета, не зачитываются. Тема должна быть изложена в соответствии с планом, который выписывается на первую страницу контрольной работы, изменять его не рекомендуется.

Раскрывая тему, важно излагать материал четко и логически последовательно, не пропуская определений ключевых для данной темы понятий. Рассматривая теоретические вопросы, привлекайте доступные материалы других общественных и специальных дисциплин. Желательно использовать свой личный опыт делового общения по месту работы, в Вашей организации, фирме или банке. Следите за правильным оформлением работы. Текст следует писать четко, разборчиво, через строчку. Какие-либо малопонятные сокращения не допускаются. Обязательно оставляйте поля для замечаний и вопросов преподавателя. Текст должен быть разбит на вопросы, а в конце, если контрольная работа выполняется как домашнее задание, обязательно приводится список используемой литературы, указываются соответствующие сайты Интернета.

Оценка письменных (контрольных) работ

Контрольная работа является важнейшим видом самостоятельного изучения студентами курса, индивидуальна для каждого студента и может состоять из одного (двух) вопроса по приведенной ниже тематике. Контрольная работа может проводиться на практическом занятии в течение одного академического часа либо, с учётом сложности выбранной темы, задание выдаётся на дом, с последующим разбором результата на следующем занятии и с выставлением оценки в журнале «зачтено» или «не зачтено».

4.2.5 Вопросы к коллоквиуму по дисциплине «Деловые коммуникации»

1. «Предпринимательское поведение для современного руководителя как новый стиль управления». Дайте характеристику руководителям как классу с точки зрения:

1.1 Экономического положения
1.2 Социального статуса
1.3 Отношения к власти
1.4 Предпринимательского проактивного поведения

2. “Психологические игры (по Э.Берну) как способ деструктивного общения»

2.1 Перечислите основные признаки психологических игр
2.2 Перечислите основные виды психологических игр в бизнесе
2.3 Какие результаты получают игроки
2.4 Как нейтрализовать психологические игры и игроков в общении

3. “Конструктивный и деструктивный конфликты»

3.1 Основные отличия видов конфликтов
3.2 Цикличность конфликтов
3.3 Техника ведения конструктивного конфликта
3.4 Примеры конструктивных конфликтов

4. «Роль эмоционального интеллекта в деловой коммуникации»

4.1 Что такое «эмоциональный интеллект»
4.2 Сферы применения
4.3 Примеры проявления эмоционального интеллекта в деятельности
4.4 Способы развития эмоционального интеллекта

Критерии правильности ответов на вопросы для коллоквиума:

При оценке ответов на вопросы для обсуждения и коллоквиума учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Ответ на вопрос оценивается 0 -10

•Каждый отвечает на 4 вопроса на теме коллоквиума

•Обязательные вопросы к коллегам и участие в дискуссии оцениваются в дополнительный 1 балл

•Максимальный балл 10

Лабораторное занятие

Освойте следующие приемы установления отношений взаимопонимания. Проанализируйте все представленные позиции, «примерьте» их на себя и решите, в какой из предложенных областей вы преуспели, а какие требуют доработки.

Соответствующая внешность

Проверьте, как вы выглядите для конкретной ситуации делового взаимодействия: достаточно официально, чтобы вызвать соответствующие эмоции? Или слишком свободно? Придерживайтесь «золотой середины»

Визуальный контакт

Для формирования взаимоотношений нужно использовать продолжительный визуальный контакт, но не увлекайтесь

Улыбка и другие средства невербального общения

Улыбайтесь искренне и избегайте применять жесты, устанавливающие барьеры (не сидите в позе нога за ногу, не скрещивайте руки, не отворачивайтесь от собеседника)

Рукопожатие

Физический контакт – важный момент установления отношений. Ваше рукопожатие должно донести до другого человека ваше действительное желание «приблизиться» и «дотронуться» до него

Вербальное приветствие

Ваше приветствие должно соответствовать ситуации, в которой вы встречаетесь для осуществления намерений. Можете обращаться к партнеру по имени, если это соответствует ситуации. В нашей стране принято называть партнера по имени и отчеству

Первые слова приветствия

Ваши первые слова должны соответствовать правилам делового этикета, но желательно в форме открытых вопросов (например: «что?», «когда?», «как?»)

Ваше отношение

Будьте искренне заинтересованы во взаимодействии. Ваше отношение обеспечит хорошее общение, если вы проявите искренний интерес и уважение к партнеру

Ваше поведение

Задавайте открытые вопросы. Внимательно слушайте. Частично используйте ответы партнера для постановки следующих вопросов. Дайте партнеру важную или нужную информацию о себе. Попросите партнера высказать свое мнение по поводу обсуждаемой проблемы. Используйте ситуативно уместный юмор

Четкое общение

Используйте короткие, но ясные высказывания по существу предмета общения; заканчивайте свои фразы вопросами, используйте завязки для положительных ответов

Адекватность и темп

При хороших сбалансированных отношениях партнеров существует регулярное чередование ответственности за установку темпа. Попытайтесь соответствовать своему партнеру по скорости речи, интонациям, ритму дыхания, жестам, позам

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоени компетенции
УК ОС-3	Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.1.1	Готовность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в командной работе
ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные	ОПК-4.2.1	Готовность применять знания основных принципов и положений

	выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации		организации деловых коммуникаций в рамках информационного обеспечения управления

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК ОС-3.1.1- Готовность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в командной работе	дает определения основных теоретических положений: коммуникативный процесс в организации, взаимодействие, коммуникативные барьеры, обратная связь	формулирует основные теоретические положения и применяет их на практике
	осуществляет аналитическую и практическую деятельности в сфере организации коммуникативного процесса в организации, формирования обратной связи	-применяет технологии получения обратной связи; -выделяет виды барьеров в организации коммуникативного процесса
ОПК-4.2.1– Готовность применять знания основных принципов и положений организации деловых коммуникаций в рамках информационного обеспечения управления	дает определения основных теоретических положений: стейхолдеры, совещание и переговоры	формулирует основные теоретические положения и применяет их на практике
	осуществляет аналитическую и практическую деятельность в сфере исследования стейхолдеров, проведения совещаний и переговоров	--составляет карту влияний стейхолдеров; -организовывает и проводит совещание, переговоры

Вопросы к зачету:

1. Коммуникация: основные концепции (символический интеракционизм (Дж.Мид, Г.Блумер,), феноменологическая социология (А.Шютц), концепция коммуникативного действия Ю.Хабермаса и аутопойетическая теория Н.Лумана
2. Структура коммуникации: информационный, интерактивный, перцептивный аспекты
3. Информация: основные концепции (Н.Винер, У.Шрамм, Н.Луман)
4. Знак как носитель информации: понятие, типология. Знак, значение, смысл.
5. Язык как посредник в коммуникации. Понятие, функции.
6. Модель коммуникативного процесса (Г.Лассуэлл)
7. Модели коммуникативного процесса У.Шрамма: П.Лазерсфельда:
8. Отличительные черты концепции Б. Уэстли и М. Маклина
9. Конфигурации коммуникационных структур в организациях
10. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса
11. Дебрифинг и развитие обратной связи
12. Барьеры коммуникации и пути их преодоления
13. Коммуникация как процесс: этапы и технологии
14. Массовая и межличностная коммуникация: основные отличительные особенности
15. Вербальная и невербальная коммуникация в организации
16. Формальная и неформальная коммуникация в организации
17. Основные направления коммуникации в организации
18. Субъектность актора как фактор, определяющий успешность коммуникации
19. Коммуникативная личность: понятие, основные элементы и типы коммуникативной личности
20. Коммуникативная компетентность менеджера
21. Коммуникативный саботаж и проблема диалога
22. Деловое совещание: технология организации и проведения
23. Переговоры: сущность, функции, модели, стратегии ведения
24. Краудсорсинг как сетевая технология организации взаимодействий
25. Нетворкинг – технология формирования личных и корпоративных взаимодействий

1.3.2. Типовые оценочные средства

Полный комплект оценочных материалов для промежуточной аттестации представлен в Приложении 1 Рабочей программы дисциплины.

Шкала оценивания

При оценивании результатов обучения используется универсальная шкала оценок:

100% - 90% (отлично)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
89% - 75% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
74% - 60% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки

	профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.

4.4. Методические материалы

Процедура оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в ФГБОУ ВО РАНХиГС и Регламентом о балльно-рейтинговой системе в Волгоградском институте управления - филиале РАНХиГС.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат является индивидуальной самостоятельно выполненной работой студента. Тему реферата студент выбирает из перечня тем, рекомендуемых преподавателем, ведущим соответствующую дисциплину. Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы: Титульный лист Содержание Введение Основная часть Заключение Список литературы Приложения (при необходимости).

Требования к объему: не более 15 страниц. Оформление: Шрифт Times New Roman, 12 шрифт, 1,5 интервала, 1,5 см абзацный отступ. Оригинальность по системе Антиплагиат.ВУЗ – не менее 60 процентов.

Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины

Структура времени, необходимого на изучение дисциплины

Форма изучения дисциплины	Время, затрачиваемое на изучение дисциплины, %
Изучение литературы, рекомендованной в учебной программе	40
Решение задач, практических упражнений и ситуационных примеров	40
Изучение тем, выносимых на самостоятельное рассмотрение	20
Итого	100

Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Практическое (семинарское) занятие - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических и практических вопросов, решение практических задач под руководством преподавателя. Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка

глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Практические (семинарские) занятия включают в себя и специально подготовленные рефераты, выступления по какой-либо сложной или особо актуальной проблеме, решение задач. На практическом (семинарском) занятии студент проявляет свое знание предмета, корректирует информацию, полученную в процессе лекционных и внеаудиторных занятий, формирует определенный образ в глазах преподавателя, получает навыки устной речи и культуры дискуссии, навыки практического решения задач.

Рекомендации по изучению методических материалов

Методические материалы по дисциплине позволяют студенту оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Методические материалы по дисциплине призваны помочь студенту понять специфику изучаемого материала, а в конечном итоге – максимально полно и качественно его освоить. В первую очередь студент должен осознать предназначение методических материалов: структуру, цели и задачи. Для этого он знакомится с преамбулой, оглавлением методических материалов, говоря иначе, осуществляет первичное знакомство с ним. В разделе, посвященном методическим рекомендациям по изучению дисциплины, приводятся советы по планированию и организации необходимого для изучения дисциплины времени, описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»), рекомендации по работе с литературой, советы по подготовке к экзамену и разъяснения по поводу работы с тестовой системой курса и над домашними заданиями. В целом данные методические рекомендации способны облегчить изучение студентами дисциплины и помочь успешно сдать экзамен. В разделе, содержащем учебно-методические материалы дисциплины, содержание практических занятий по дисциплине, словарь основных терминов дисциплины.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Неотъемлемым элементом учебного процесса является самостоятельная работа студента. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине: написание конспектов, подготовка ответов к вопросам, написание рефератов, решение задач, исследовательская работа, выполнение контрольной работы.

Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.6.4 «Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

Рекомендации по работе с литературой

При изучении курса учебной дисциплины особое внимание следует обратить на рекомендуемую основную и дополнительную литературу.

Важным элементом подготовки к семинару является глубокое изучение основной и дополнительной литературы, рекомендованной по теме занятия, а также первоисточников. При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

Важно и внешнее оформление конспекта. В его начале надо указать тему семинара, дату написания, названия литературных источников, которые будут законспектированы. Глубокая самостоятельная работа над ними обеспечит успешное усвоение изучаемой дисциплины.

Одним из важнейших средств серьезного овладения теорией является ***конспектирование первоисточников.***

Для составления конспекта рекомендуется сначала прочитать работу целиком, чтобы уяснить ее общий смысл и содержание. При этом можно сделать пометки о ее структуре, об основных положениях, выводах, надо стараться отличать в тексте основное от второстепенного, выводы от аргументов и доказательств. Если есть непонятные слова, надо в энциклопедическом словаре найти, что это слово обозначает. Закончив чтение (параграфа, главы, статьи) надо задать себе вопросы такого рода: В чем главная мысль? Каковы основные звенья доказательства ее? Что вытекает из утверждений автора? Как это согласуется с тем, что уже знаете о прочитанном из других источников?

Ясность и отчетливость восприятия текста зависит от многого: от сосредоточенности студента, от техники чтения, от настойчивости, от яркости воображения, от техники фиксирования прочитанного, наконец, от эрудиции – общей и в конкретно рассматриваемой проблеме.

Результатом первоначального чтения должен быть простой ***план текста и четкое представление о неясных местах,*** отмеченных в книге. После предварительного ознакомления, при повторном чтении следует ***выделить основные мысли автора*** и их развитие в произведении, обратить внимание на обоснование отдельных положений, на методы и формы доказательства, наиболее яркие примеры. В ходе этой работы окончательно отбирается материал для записи и определяется ее вид: ***план, тезисы, конспект***.

План это краткий, последовательный перечень основных мыслей автора. Запись прочитанного в виде тезисов – значит выявить и записать опорные мысли текста. Разница между планом и тезисами заключается в следующем: в плане мысль называется (ставь

всегда вопрос: о чем говорится?), в тезисах – формулируется – (что именно об этом говорится?). Запись опорных мыслей текста важна, но полного представления о прочитанном на основании подобной записи не составишь. Важно осмыслить, как автор доказывает свою мысль, как убеждает в истинности своих выводов. Так возникает конспект. Форма записи, как мы уже отметили, усложняется в зависимости от целей работы: план – о чем?; тезисы – о чем? что именно?; конспект – о чем? что именно? как?

Конспект это краткое последовательное изложение содержания. Основу его составляет план, тезисы и выписки. Недостатки конспектирования: многословие, цитирование не основных, а связующих мыслей, стремление сохранить стилистическую связанность текста в ущерб его логической стройности. Приступать к конспектированию необходимо тогда, когда сложились навыки составления записи в виде развернутого подробного плана.

Форма записи при конспектировании требует особого внимания: важно, чтобы собственные утверждения, размышления над прочитанным, четко отделялись при записи. Разумнее выносить свои пометки на широкие поля, записывать на них дополнительные справочные данные, помогающие усвоению текста (дата события, упомянутого авторами; сведения о лице, названном в книге; точное содержание термина). Если конспектируется текст внушительного объема, необходимо указывать страницы книги, которые охватывает та или иная часть конспекта.

Для удобства пользования своими записями важно озаглавить крупные части конспекта, подчеркивая ***заголовки.*** Следует помнить о назначении красной строки, стремиться к четкой графике записей - уступами, колонками. Излагать главные мысли автора и их систему аргументов - необходимо преимущественно своими словами, перерабатывая таким образом информацию,– так проходит уяснение ее сути. Мысль, фразы, понятые в контексте, могут приобрести более пространное изложение в записи. Но текст оригинала свертывается, и студент, отрабатывая логическое мышление, учиться выделять главное и обобщать однотипные суждения, однородные факты. Кроме того, делая записи своими словами, обобщая, студент учится письменной речи.

Знание общей стратегии чтения, техники составление плана и тезисов определяет и технологию конспектирования

- Внимательно читать текст, попутно отмечая непонятные места, незнакомые термины и понятия. ***Выписать на поля*** значение отмеченных понятий.
- При первом чтении текста необходимо составить его ***простой план***, последовательный перечень основных мыслей автора.
- При повторном чтении текста выделять ***систему доказательств*** основных положений работы автора.
- Заключительный этап работы с текстом состоит в осмыслении ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.
- При конспектировании нужно стремиться ***выразить мысль автора своими словами***, это помогает более глубокому усвоению текста.
- В рамках работы над первоисточником важен умелый ***отбор цитат***. Необходимо учитывать, насколько ярко, оригинально, сжато изложена мысль. Цитировать необходимо те суждения, на которые впоследствии возможна ссылка как на авторитетное изложение мнения, вывода по тому или иному вопросу.

Конспектировать целесообразно не на отдельном листе, а в общей тетради на одной странице листа. Оборотная сторона листа может быть использована для дополнений, необходимость которых выяснится в дальнейшем. При конспектировании литературы следует оставить широкие поля, чтобы записать на них план конспекта. Поля могут быть использованы также для записи своих замечаний, дополнений, вопросов. При выступлении на семинаре студент может пользоваться своим конспектом для цитирования первоисточника. Все участники занятия внимательно слушают выступления товарищей по

группе, отмечают спорные или ошибочные положения в них, вносят поправки, представляют свои решения и обоснования обсуждаемых проблем.

В конце семинара, когда преподаватель занятия подводит итоги, студенты с учетом рекомендаций преподавателя и выступлений сокурсников, дополняют или исправляют свои конспекты.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература

1. 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.

2. Кузнецов И.Н. Деловое общение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузнецов И.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 528 с.— Режим доступа:
http://www.iprbookshop.ru/24780

3. Шабанов С. Эмоциональный интеллект [Электронный ресурс]: российская практика/ Шабанов С., Алешина А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер,
2014.— 424 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39472

6.2. Дополнительная литература

1. Апенько С.Н. Коммуникационный консалтинг. Архитектоника организационных коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Апенько С.Н., Гилева К.В.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет, 2014.— 220 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24892

2. М.Е.Литвак. Психологическое айкидо в деле. Ростов-на-Дону. 2013.

3. Райзберг Б. Деловые коммуникации – основа оздоровления предприятий / Б. Райзберг, Костецкий Н., Янковский. Е. – 2013.

4. Anita Bischof, Klaus Bischof Besprechungen: TaschenGuide. - Federal Republic of Germany, Freiburg: Haufe Lexware, 2012 г.

5. Wolfgang Mentzel Rhetorik: Frei und uberzeugend sprechen. - Federal Republic of Germany, Freiburg: Haufe Lexware, 2010.

6. Gavin Kennedy Everything Is Negotiable: How to Get the Best Deal Every Time. – UK: Random House, 2008.

7. Patti Wood Snap: Making the Most of First Impressions, Body Language, and Charisma. - USA, California: New World Library, 2012.

8. Allan Pease, Alan Garner Talk Language: How To Use Conversation for Profit and Pleasure – UK: Orion Pub Co, 2002.

9. Noah J. Goldstein, Steve J. Martin and Robert B. Cialdini Yes!: 50 Scientifically Proven ways to be Persuasive. – USA, New York: Free press, 2008.

10. Jim Camp Start with No: The Negotiating Tools That the Pros Don't Want You to Know. – USA, New York: Crown Business, 2002.

6.3. Нормативные правовые документы

- Конституция РФ

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»
- Гражданский кодекс РФ

1.4. Интернет-ресурсы и справочные системы

http://www.e-c-m.ru/ - Эффективное Деловые коммуникации http://vestnik.uapa.ru/en/issue/2012/01/38/ - Вопросы управления http://www.vedomosti.ru/ - Деловое издание
http://www.hbr.ru/ - Статьи о современных подходах к деловым коммуникациям www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека www.google.ru / - Поисковая система www.rambler.ru / - Поисковая система www.yandex.ru / - Поисковая система
www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования http://www.consultant.ru/ - Консультант плюс
http://www.garant.ru/ - Гарант

7.Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью;
- компьютерные классы, оснащенные современными компьютерами с выходом в Интернет.

Дисциплина должна быть поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами.

Программные средства обеспечения учебного процесса должны включать:

- операционную систему Windows;
- программы презентационной графики;
- текстовые редакторы;
- графические редакторы.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

№ раздела	Вопросы к устному опросу

1	1. Место теории коммуникации в системе научного знания. 2. Категории «коммуникация» и «общение» как ключевые категории теории коммуникации.23 3. Коммуникация в информационном обществе. 4. Коммуникативный процесс и его структура. 5. Модель Лассуэла и ее роль для развития теории коммуникации
2	1. Модели общения и их предназначение. 2. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к переговорам. 3. . Достоинства и недостатки разных моделей применительно к презентации. 4. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к прессконференции. 5. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к торгам
3	1. Опишите стандартную структуру эффективной деловой коммуникации? 2. Какие преимущества дает использование навыков эффективного делового общения? 3. Назовите основные требования к эффективных деловым коммуникациям? 4. Приведите примеры успешных деловых коммуникаций. 5. Что такое управленческие решения в бизнес-процессах?
4	1. В чем заключаются основные методы работы с вопросами во время презентации? 2. Назовите основные методы борьбы с возражениями из собственного опыта. 3. Что такое метод бумеранга и как он используется? 4. Как применяется ролевой подход во время работы с вопросами? 5. Какие виды возражений существуют?
	Что такое «манипуляции в общении»? 6. Какие стратегии поведения типичны для манипуляторов? 7. Как противостоять манипуляциям в общении? 8. Каким образом можно распознать эго-состояния Родителя, Взрослого, Ребенка? 9. К каким приемам прибегают недобросовестные работники?
	Раскройте понятие «имидж». 6. Назовите разновидности имиджа. 7. Дайте определения имиджелогии, имиджирования, имиджмейкера. 8. Охарактеризуйте значение имиджа. 9. Пути создания внешнего облика и его роль в деловом общении.

4.2.2 Темы к докладам по дисциплине «Деловые коммуникации»

34. Модели общения и их предназначение.
35. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к переговорам.

36. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к презентации.
37. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к пресс-конференции.
38. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к торгам.
39. Достоинства и недостатки разных моделей применительно к деловому совещанию.
40. Принцип классификации традиционных стилей общения Специфика спроса на обучающие программы по коммуникации в постперестроечной России.
41. Этические основы делового общения в дореволюционной и современной России (по материалам гильдийских купеческих уставов и корпоративных кодексов современных компаний).
42. Роли и стили менеджмента сквозь призму «общества спектакля».
43. Профессиональный словарь эксперта по орг. коммуникациям.
44. Медийный психологический портрет успешного специалиста по коммуникациям на рынке современных консультационных услуг.
45. Специфика коммуникаций на разных этапах социального проекта.
46. Сложности коммуникаций в кросс-культурной среде.
47. Коммуникации в формальных и неформальных коллективах.
48. Мифы и демифологизация современных технологий публичных выступлений.
49. Специфика адаптации западных технологий делового общения в России.
50. Коммуникации деловой элиты в медийном пространстве в России и за рубежом.
51. Современные типологии личности. Сравнительный анализ.
52. Гендерная коммуникация: мифы и реальность.
53. Трансактный анализ и его применение в бизнесе.
54. Построение аргументации в деловых переговорах (примеры из российских и зарубежных деловых изданий).
55. Виды коммуникативной дискриминации и их преодоление руководителем.
56. Тренды развития коммуникативных компетенций в компании (российский и зарубежный опыт по материалам деловой литературы и периодики).
57. Личность и коммуникации лидера.
58. Роль эмоционального интеллекта в лидерстве.
59. Управление талантливыми людьми – как непрерывный процесс управления конфликтами.
60. Старый и новый подход в выращивании лидеров: коммуникации в обучении.
61. Манипуляция и убеждение в деловой практике на примере кейсов из Harvard Business Review.
62. Психологическое айкидо и его применение в бизнесе.
63. Какая форма общения как взаимодействия наиболее продуктивна – ориентация на контроль или ориентация на понимание?
64. Какой этап в общении принципиально важен и почему?
65. Каковы могут быть последствия несоблюдения делового этикета?
66. Можно ли что-либо добавить в кодекс делового человека, сформулированный в начале 20 в.? Обоснуйте ответ.