

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ

Б1.В.02 Деловые коммуникации

Автор: ст. преподаватель кафедры государственного управления и менеджмента Зоркова В.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.03 «Управление персоналом»

Образовательная программа «Стратегическое и операционное управление персоналом организации»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

План курса:

Тема 1. Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий

Понятие коммуникация как основного социального процесса, анализ информационного, интерактивного и перцептивного аспектов коммуникации.

Термин «информация», сущность понятия, трактовка Н.Винера, К.Шеннона, Н. Лумана. Знак как носитель информации. Три типа знаков по Ч. Пирсу (иконические, индексные, символические) и их использование в коммуникативной практике. Символ в системе социальных интеракций. Две формы значения по Р. Барту (денотация и коннотация) и их роль в коммуникативном взаимодействии

Специфика коммуникации в деловой организации.

Тема 2. Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса.

Барьеры Обратная связь. Дебрифинг.

Концепция Г.Лассуэлла: коммуникатор – сообщение – канал – аудитория – эффективность. Достоинства и недостатки концепции .МодельП.Лазерсфельда. Понятие «лидер мнения». Коды в коммуникации как правила организации знаков и регуляторы поведения. Социальные коды. Кодирование – декодирование. у Модель коммуникации К.Шеннона.

Понятие обратной связи. Дебрифинг как технология организации обратной связи.

Тема 3. Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации

Коммуникация как процесс. Контакт. Взаимодействие, взаимоотношения, отношения. Виды контактов: пространственный, психический и социальный контакт.

Взаимодействие: основные этапы. Подготовительный этап, этап установления контакта, этап взаимнойориентации этап аргументации и принятия решений, этап завершения взаимодействия. Коммуникативное взаимодействие - предпосылка возникновения идентичности.

Тема 4. Вербальная и невербальная коммуникация.

Канал коммуникации. Особенности невербальной коммуникации

Язык. Речевая коммуникация. Функции языка и речи. Речевая деятельность. речевое действие: речевая ситуация, мотив. Этапы речевого действия. Типы речевой коммуникации. Виды речевой деятельности.

Тема 5. Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и

корпоративная идентичность

Понятие «внутрифирменные коммуникации». Типология внутрифирменных коммуникаций. Непосредственная и опосредованная коммуникация. Понятие, основные отличительные особенности. Межличностная и массовая коммуникация. Формальная, неформальная коммуникация в организации. Методы исследования деловых коммуникаций организации. Методы анализа состояния внутриорганизационных коммуникаций. Лояльность и корпоративная идентичность как результат внутриорганизационных коммуникаций. Понятия, содержание, функции. Факторы формирования лояльности.

Тема 6. Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.

Понятие заинтересованные лица, стейкхолдеры. Основные типы стейкхолдеров: потребители, местное сообщество, поставщики и партнеры, инвесторы и акционеры, органы власти и управления. Технологии изучения стейкхолдеров, методы и формы работы с целевыми группами. Субъекты финансового поля. Функции и задачи специалиста по организации взаимодействия с субъектами финансового поля. Формы и технологии организации взаимодействия с субъектами финансового поля: предоставление информационных материалов, организация и проведение мероприятий Организация и проведение годового собрания, подготовка годового отчета.

Тема 7. Конфигурация организационных коммуникаций. Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.

Понятие сети: различные трактовки (П. Бурдьё, Р. Патнэм, М.Кастельс). Основные типологии и свойства сети. Сильные и слабые социальные сети. Горизонтальные/вертикальные сети, реальные/виртуальные. Характеристика сети. Функциональность социальной сети: формирование общности, принятие/непринятие отношений, селекция отношений, достижение согласия, инвестирование отношений.

Нетворкинг: понятие и технология. Краудсорсинг: понятие и технологии. Анализ успешных краудсорсинговых проектов.

Тема 8. Формы деловой коммуникации

Формы деловой коммуникации : организация и проведение делового совещания; переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса.

Организация и проведение делового совещания. Понятие «деловое совещание», классификация деловых совещаний. Функции делового совещания. Этапы подготовки, проведения и реализации решений делового совещания.

Переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса Понятие «переговоры». отличительные свойства переговоров о сотрудничества и борьбы. Принципы и практические приемы переговоров. Типы переговоров. Функции переговоров. Модели переговоров. Переговорные стили. Стратегии ведения переговоров. Проблемы ведения переговоров.

Тема 9. Слухи как специфическая форма деловых коммуникаций

Слухи: понятие, функции Т.Шибугани, Г.Олпорт, Л.Постмэн. Типология слухов. Свойства слухов. Структура слухов: субъекты, предметы, каналы, объекты. Динамика слухов, технология слухов и их профилактика.

Основная литература.

1. Сосновская А. М. Деловая коммуникация и переговоры: учеб. пособие / Анна

Михайловна Сосновская; ФГОУ ВПО "Сев.-Зап. акад. гос. службы". - СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011. - 179 с. : ил.

2. Ратников, В. П. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров. [Электронный ресурс]: М.: Юрайт, 2016— 527 с. — (Бакалавр. Академический курс)..— Режим доступа:<http://www.biblio-online.ru/viewer/DCF213A3-615E-46D5-9A31-BF759CF4270D>