

**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 государственного управления и менеджмента

Утверждена
решением кафедры
государственного управления и
менеджмента
Протокол от «31» августа 2020 г. № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья
и обучающихся инвалидов

Б1.В.02 Деловые коммуникации

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки (специальности)

38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата)

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Стратегическое и операционное управление персоналом организации»

направленность (профиль)

Бакалавр

квалификация

очная

форма(ы) обучения

Год набора - 2021

Волгоград, 2020 г.

Автор(ы)-составитель(и):

ст. преподаватель кафедры государственного управления
и менеджмента

Зоркова В.А.

Заведующий кафедрой
государственного управления и менеджмента

Тюменцев И.О.

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.В.03 «Деловые коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-21	Знание основ оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением и работы с кадровым резервом и умением применять их на практике	ПК-21.1.1	Готовность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в управлении персоналом
ПК-27	Владение методами и программными средствами обработки деловой информации, навыками работы со специализированными кадровыми компьютерными программами, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы при решении задач управления персоналом	ПК-27.2.1	Способность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в рамках работы с деловой информацией, взаимодействия со службами информационных технологий
ПК-28	Знание корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	ПК-28.2.1	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
<p>Деятельность по организации корпоративной социальной политики. Операционное управление персоналом и подразделением организации. Стратегическое управление персоналом организации</p> <p>Деятельность по организации корпоративной социальной политики. Операционное управление персоналом и подразделением организации. Стратегическое управление персоналом организации</p>	<p>ПК-21.1.1- Готовность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в управлении персоналом</p>	<p>дает определения основных теоретических положений: коммуникативный процесс в организации, взаимодействие, коммуникативные барьеры, обратная связь</p> <hr/> <p>осуществляет аналитическую и практическую деятельности в сфере организации коммуникативного процесса в организации, формирования обратной связи персонала</p>
<p>Деятельность по организации корпоративной социальной политики. Операционное управление персоналом и подразделением организации. Стратегическое управление персоналом организации</p>	<p>ПК-27.2.1– Способность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в рамках работы с деловой информацией, взаимодействия со службами информационных технологий</p>	<p>дает определения основных теоретических положений: деловая информация, свойства деловой информации</p> <hr/> <p>осуществляет аналитическую и практическую деятельность по исследованию процесса коммуникации, оценки ее результативно (информативности)</p>
<p>Деятельность по организации корпоративной</p>	<p>ПК-28.2.1 – Готовность применять знания основных</p>	<p>дает определения основных теоретических положений: стейхолдеры, совещание и переговоры</p>

социальной политики. Операционное управление персоналом и подразделением организации. Стратегическое управление персоналом организации	принципов и положений организации деловых коммуникаций в рамках информационного обеспечения управления	осуществляет аналитическую и практическую деятельность в сфере исследования стейхолдеров, проведения совещаний и переговоров
--	--	--

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.03 «Деловые коммуникации» в соответствии с Учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 4 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 4 ЗЕ (144 часов).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области социологии, психологии, теории управления. 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) – 54 часа, на самостоятельную работу обучающихся – 34 часов, на контроль – 54 часа.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с Учебным планом – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						СР	Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						
			Л	ЛР	ПЗ	КСР			
Очная форма обучения									
4 семестр									
Тема 1	Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий.	10	4	-	2	-	4	<i>О, Р</i>	
Тема 2	Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса. Барьеры Обратная связь. Дебрифинг.	10	4	-	2	-	4	<i>О,Р,</i>	
Тема 3	Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации	10	4	-	2	-	4	<i>О</i>	
Тема 4	Вербальная и невербальная коммуникация.	10	4	-	2	-	4	<i>О,ПЗ, Р</i>	
Тема 5	Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность	10	4	-	2	-	4	<i>О, Т</i>	
Тема 6	Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.	10	4	-	2	-	4	<i>О,ПЗ, Р</i>	
Тема 7	Конфигурация организационных коммуникаций. Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.	10	4	-	2	-	4	<i>О, ДИ, Р</i>	
Тема 8	Формы деловой коммуникации - организация и проведение делового совещания; - переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса.	12	4	-	4	-	4	<i>О, ПЗ</i>	

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 9	Слухи как специфическая форма деловых коммуникаций	6	2	-	2	-	2	О, Т
Промежуточная аттестация		2 54						консультация экзамен
Всего:		144	34		20	-	34	

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

Содержание дисциплины

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. Модель П.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 взаимной ориентации 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.Шибутани, Г.Олпорт, Л.Постмэн. Типология слухов. Свойства слухов. Структура слухов: субъекты, предметы, каналы, объекты. Динамика слухов, технология слухов и их профилактика.

На самостоятельную работу студентов по дисциплине Б1.В.03 «Деловые коммуникации» выносятся следующие темы:

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС	Очная форма
1	2	3	4
1	Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий.	Понятие и функции коммуникации. Связь коммуникации и управления	<i>О, Р</i>
2	Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса. Барьеры Обратная связь. Дебрифинг.	Информационно-коммуникативные технологии в управленческой деятельности	<i>О,Р,</i>
3	Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации	Понятие «доверие» как категория социологии	<i>О</i>
4	Вербальная и невербальная коммуникация.	Сетевой характер взаимодействия в интернет-пространстве	<i>О,ПЗ, Р</i>
5	Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность	Корпоративные коммуникации. Роль руководства в системе коммуникаций. Технологии формирования корпоративной идентичности	<i>О, Т</i>
6	Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.	Роль стейкхолдеров в управлении организацией. Доверие как основа успешной корпоративной политики	<i>О,ПЗ, Р</i>
7	Конфигурация организационных коммуникаций.Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.	Организационные коммуникации и их виды. Технологии нетворкинг и краудсорсинг	<i>О, ДИ, Р</i>
8	Формы деловой коммуникации - организация и проведение делового совещания; - переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса.	Публичная речь. Деловая беседа Деловой разговор. Деловое совещание.	<i>О, ПЗ</i>
9	Слухи как специфическая форма деловых коммуникаций	Понятие неформальной коммуникации. Причины появления слухов и методы борьбы с ними	<i>О, Т</i>

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.В.03 «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	Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий.	Устный опрос Реферат
Тема 2	Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса. Барьеры Обратная связь. Дебрифинг.	Устный опрос Реферат
Тема 3	Коммуникация как процесс: основные этапы. Цели и технологии коммуникации	Устный опрос
Тема 4	Вербальная и невербальная коммуникация.	Устный опрос Реферат Практическое задание
Тема 5	Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность	Устный опрос Письменный тест
Тема 6	Организация взаимодействия с внешними целевыми группами (стейкхолдерами). Доверие как основа партнерских отношений.	Устный опрос Реферат Практическое задание
Тема 7	Конфигурация организационных коммуникаций. Сетевой принцип организации взаимодействия. Нетворкинг и краудсорсинг.	Устный опрос Реферат Деловая игра
Тема 8	Формы деловой коммуникации - организация и проведение делового совещания; - переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса.	Устный опрос Практическое задание
Тема 9	Слухи как специфическая форма деловых коммуникаций	Устный опрос Письменный тест
Промежуточная аттестация		Экзамен

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена 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 знакомится с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи экзамена 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.

Вопросы для устного опроса

Тема 1. Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий

Вопросы устного опроса:

1. Содержание понятий «организация», «деловая организация»
2. Понятие информации, основные направления исследования феномена и характеристики.
3. Знак как носитель информации: понятие, типология. Знак, значение, смысл.
4. Модели коммуникативного процесса: основные этапы и элементы процесса
5. Проблема барьеров в коммуникации.
6. Социальные коды. Процесс кодирования – декодирования.
7. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса.
8. Дебрифинг как технология обратной связи.

Темы докладов и рефератов:

1. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.
2. Понятие информации и коммуникации в работах Н. Лумана.

Тема 2. Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса

Вопросы устного опроса:

1. Модели коммуникативного процесса: основные этапы и элементы процесса
2. Проблема барьеров в коммуникации.
3. Социальные коды. Процесс кодирования – декодирования.
4. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса.
5. Дебрифинг как технология обратной связи.

Темы докладов и рефератов:

1. Модель Г.Лассуэлла: достоинства и недостатки концепции – линейный, однонаправленный характер.
2. Модель П.Лазерсфельда. – двухступенчатый процесс коммуникации.
3. Модель коммуникативного процесса Уэстли и Маклина.

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

Вопросы устного опроса:

1. Определение понятия имидж. Понятие и виды самопрезентации.
2. Зарубежные и отечественные теории самопрезентации.
3. Роль самопрезентации на собеседовании. Правила успешного самомаркетинга.
4. Деловая риторика. Риторика. Ораторское искусство. Деловое общение (теория и практическое применение, конкретные примеры).
5. Субъектность актора как фактор, определяющий успешность коммуникации.

Тема 4. Вербальная и невербальная коммуникация.

Вопросы устного опроса:

1. Контакт. Виды контактов. Взаимодействие: определение понятия.
2. Невербальная коммуникация: основные особенности и элементы
3. Язык и речь. Речевая деятельность.
4. Язык и речь в концепции Фердинанда де Соссюра.

Темы докладов и рефератов:

1. Язык и речь в концепции Фердинанда де Соссюра.

Задание 1. Дать определение понятия «взаимодействия» одного из следующих социологов – Зиммель, Мид, Хоманс, Парсонс, Сорокин, Дюркгейм и др.

Задание 2. Составить таблицы сопоставления жестов, мимики, поз в невербальной коммуникации разных стран мира с целью выявления национальных особенностей.

Тема 5. Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность.

Вопросы устного опроса:

1. Внутрифирменные коммуникации: понятие, типология, особенности.
2. Формальная и неформальная коммуникация в организации. Роль руководителя и лидера в формировании коммуникаций.
3. Основные направления коммуникации в организации
4. Методы исследования деловых коммуникаций организации.
5. Лояльность и корпоративная идентичность: понятие, содержание, функции и факторы формирования.

Тестовые задания:

1) В каком году в России была создана ассоциация по связям с общественностью?

- a) 1989
- b) 1990
- c) 1991
- d) 1992
- e) 1993

2) Разработку и подготовку выступления первого лица организации осуществляет:

- a) Копирайтер
- b) Спиндоктор
- c) Спичрайтер
- d) Стилист
- e) Рекламист

3) Какой текст соответствует рациональному типу мышления?

- a) Магический
- b) Прагматический
- c) Убеждающий
- d) Гедонистский
- e) Сетевой

4) Аудиостиль организации - это

- a) Система мероприятий по развитию автомобильного парка организации
- b) Элемент фирменного дизайна организации
- c) Специальное музыкальное произведение для прослушивания в автомобиле
- d) Принятый стиль деловых отношений в организации
- e) Визуальный образ организации

5) Брифинг - это

- a) Система мероприятий по развитию организации
- b) Регулярные встречи избирателей с депутатами
- c) Единая позиция организации

- d) Регулярно проводимые встречи с журналистами
- e) Официальное заявление государственных органов
- 6) Кто из специалистов первым начал преподавать публич рилейшнз как учебную дисциплину в университете?**
 - a) Айви Ли
 - b) Эдвард Бернейз
 - c) Артур Пейдж
 - d) Джордж Паркер
 - e) БедваминДэй
- 7) Какой документ, относится к документам, определяющим этические требования к PR-деятельности**
 - a) Римская хартия
 - b) Берлинский кодекс
 - c) Лондонские принципы
 - d) Вашингтонские положения
 - e) Бостонский устав
- 8) Фандрайзинг - это**
 - a) Технологии поиска средств для осуществления проекта
 - b) Рекламная кампания по продвижению товара
 - c) Система определения сегмента на рынке
 - d) Элемент фирменного дизайна
 - e) Технология оформления пространства
- 9) Семиотика - это наука**
 - a) О знаках как особых видах носителей информации и знаковых системах
 - b) О формах проведения лоббистской кампании
 - c) О спонсорской деятельности
 - d) О методах создания антикризисной программы
 - e) О методологии предметной области фандрайзинга
- 10) Брэнд трактуется как:**
 - a) Образ марки товара (услуги) в сознании покупателя, выделяющий его
 - b) Лицензированная товарная марка/знак
 - c) Фирменное название организации, имеющее правовую основу
 - d) Определенный сегмент рынка
 - e) Характеристика текста, правила интерпретации
- 11) RACE - это**
 - a) социальное течение, главной целью которого является достижение уничтожения расовой дискриминации;
 - b) название программы деятельности PR, образованное из начальных букв четырех ее составляющих: R - research, A - action, C - communication, E - evaluation;
 - c) название организации, отвечающей за проведение гонок "Формула - 3" на территории Москвы
 - d) широкое социальное движение, ориентированное на гармонизацию отношений
 - e) программа организации социального управления

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

Вопросы устного опроса:

1. Стейкхолдеры: понятие и основные типы.
2. Технологии изучения стейкхолдеров, методы и формы работы с целевыми группами.
3. Организация взаимодействия компании в финансовой сфере. Субъекты финансового поля. Формы и технологии организации взаимодействия с субъектами финансового поля.

4. Определение понятия «доверие». Доверие как социальный фактор развития партнерских отношений между организациями.

Темы докладов и рефератов:

1. Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки.
2. Корпоративное гражданство как элемент общественного договора (определение, история становления; теория и практика применения).
3. Стейкхолдер-менеджмент: управление заинтересованными группами.

Задание 1. Составление карты влияния: визуализация (в виде схемы или диаграммы) людей, оказывающих влияние и принимающих решения. При составлении карты учитываются три фактора: важность или общий вес влияния; связи между стейкхолдерами: степень влияния.

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

Вопросы устного опроса:

1. Понятие сети: различные трактовки (П. Бурдьё, Р. Патнэм, М.Кастельс). Основные типологии и свойства сети.
2. Интернет как технический канал коммуникации (история становления, особенности взаимодействия в интернет-пространстве).
3. Нетворкинг: понятие и технология. Краудсорсинг: понятие и технологии. Краудфандинг: понятие и примеры применения.
4. Анализ успешных краудсорсинговых проектов.

Темы докладов и рефератов:

1. Web 1.0, 2.0 и 3.0: определения и основные характеристики взаимодействия.
2. Аннотации книги Дарси Резак «Связи решают все: бизнес-сказка о царевне-лягушке».

Деловая игра:

Демонстрация переговорных стилей на конкретном примере (работа в парах): вы рекламный агент и приходите к новому клиенту, потребности и вкусы которого вам неизвестны. Вам необходимо:

- расположить к себе клиента;
- убедить его сделать заказ сразу;
- убедить обратиться к вам через некоторое время.

Типы клиентов: весельчак; жадный, но с деньгами; педант; бизнес-леди; самовлюбленный; молодой руководитель; интеллигент; невежда; иностранец; не принимающий сам решения; новатор; рационалист; своевластный; неуверенный в себе; нервный; консерватор; «воображала»; «грубиян»; «франт»; случайный.

Тема 8. Формы деловой коммуникации.

Вопросы устного опроса:

1. Деловое совещание: понятие, функции, этапы подготовки. Проведение совещания: от регистрации участников до протокола совещания.
2. Переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса. Переговорные стили и стратегии ведения переговоров.
3. Понятие коммуникативной личности. Коммуникативные компетенции менеджера.
4. Коммуникативный саботаж и проблема диалога.

Задание 1. Пример деловой коммуникации как канала коммуникации на конкретном историческом и литературном примере.

Тема 9. Слухи как специфическая форма коммуникации.

Вопросы устного опроса:

1. Слухи: понятие, функции Т.Шибутани, Г.Олпорт, Л.Постмэн.
2. Типология слухов. Свойства слухов. Структура слухов: субъекты, предметы, каналы, объекты.
3. Динамика слухов, технология слухов и их профилактика. Факторы возникновения, распространения и восприятия слухов.

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, контактоустанавливающая
- 2) непосредственная, опосредованная
- 3) межличностная, групповая, массовая
- 4) информационная, дискуссионная, 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, объективная
- 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) социальное действие
- 3) социальное взаимодействие
- 4) социальные отношения

8. Простые, элементарные связи между отдельными индивидами это

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

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

- 1) социальные контакты
- 2) социальное 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 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. Определите тип коммуникативной модели П.Лазерсфельда

- 1) линейная
- 2) двуступенчатая
- 3) однонаправленная
- 4) циклическая

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

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

7. Назовите автора драматургической теории

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

8. Назовите автора, выделившего 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) партнером
- 2) стейкхолдером
- 3) конкурентом
- 4) владельцем-собственником

4. Субъекты, не являющиеся внутренними стейкхолдерами 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 проведения, 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 стейкхолдерами 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 влияния, 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, дискуссионная, письменная

3. Обратная связь - это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на иницилирующее 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, объективная
- 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) социальное действие
- 3) социальное взаимодействие
- 4) социальные отношения

9. Простые, элементарные связи между отдельными индивидами это

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

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

- 1) социальные контакты
- 2) социальное 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 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. Определите 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 барьером

17. Назовите автора драматургической теории

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

18. Назовите автора, выделившего 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) партнером
- 2) стейкхолдером
- 3) конкурентом
- 4) владельцем-собственником

4. Субъекты, не являющиеся внутренними стейкхолдерами 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 проведения, 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 стейкхолдерами 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 влияния, 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

4.3. 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 освоения компетенции
ПК-21	Знание основ оценки качества обучения, управления карьерой, служебно-профессиональным продвижением и работы с кадровым резервом и умением применять их на практике	ПК-21.1.1	Готовность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в управлении персоналом
ПК-27	Владение методами и программными средствами обработки деловой информации, навыками работы со специализированными кадровыми компьютерными программами, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы при решении задач управления	ПК-27.2.1	Способность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в рамках работы с деловой информацией, взаимодействия со службами информационных технологий

	персоналом		
ПК-28	Знание корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	ПК-28.2.1	Готовность применять знания основных принципов и положений организации деловых коммуникаций в рамках информационного обеспечения управления

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-21.1.1- Готовность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в управлении персоналом	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 персонала	-применяет технологии получения обратной связи; -выделяет виды барьеров в организации коммуникативного процесса
ПК-27.2.1– Способность применять знания основных принципов и положений организации коммуникативного процесса в рамках работы с деловой информацией, взаимодействия со службами информационных технологий	дает определения основных теоретических положений: деловая информация, свойства деловой информации	формулирует основные теоретические положения и применяет их на практике
	осуществляет аналитическую и практическую деятельность по исследованию процесса коммуникации, оценки ее результативно (информативности)	-анализирует внутренние и внешние факторы влияния на коммуникативный процесс -определяет субъекты управления коммуникативным процессом -идентифицирует целевые группы в процессе осуществления коммуникативного воздействия

ПК-28.2.1 – 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 экзамену:

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, обрабатывая 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 составления 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. Обратная 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. 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>

6.2. Дополнительная литература.

1. Бороздина Г. В. Психология делового общения: учебник М.: ИНФРА-М, 2011

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

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 видеопроекторным 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

Тема 1. Управление коммуникациями в организации: содержание основных понятий

Вопросы устного опроса:

9. Содержание понятий «организация», «деловая организация»
10. Понятие информации, основные направления исследования феномена и характеристики.
11. Знак как носитель информации: понятие, типология. Знак, значение, смысл.
12. Модели коммуникативного процесса: основные этапы и элементы процесса
13. Проблема барьеров в коммуникации.
14. Социальные коды. Процесс кодирования – декодирования.
15. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса.
16. Дебрифинг как технология обратной связи.

Темы докладов и рефератов:

3. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.
4. Понятие информации и коммуникации в работах Н. Лумана.

Тема 2. Модели коммуникативного процесса: основные элементы процесса

Вопросы устного опроса:

6. Модели коммуникативного процесса: основные этапы и элементы процесса
7. Проблема барьеров в коммуникации.
8. Социальные коды. Процесс кодирования – декодирования.
9. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса.
10. Дебрифинг как технология обратной связи.

Темы докладов и рефератов:

4. Модель Г.Лассуэлла: достоинства и недостатки концепции – линейный, однонаправленный характер.
5. Модель П.Лазерсфельда. – двухступенчатый процесс коммуникации.
6. Модель коммуникативного процесса Уэтли и Маклина.

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

Вопросы устного опроса:

6. Определение понятия имидж. Понятие и виды самопрезентации.
7. Зарубежные и отечественные теории самопрезентации.
8. Роль самопрезентации на собеседовании. Правила успешного самомаркетинга.
9. Деловая риторика. Риторика. Ораторское искусство. Деловое общение (теория и практическое применение, конкретные примеры).
10. Субъектность актора как фактор, определяющий успешность коммуникации.

Тема 4. Вербальная и невербальная коммуникация.

Вопросы устного опроса:

5. Контакт. Виды контактов. Взаимодействие: определение понятия.
6. Невербальная коммуникация: основные особенности и элементы
7. Язык и речь. Речевая деятельность.
8. Язык и речь в концепции Фердинанда де Соссюра.

Темы докладов и рефератов:

2. Язык и речь в концепции Фердинанда де Соссюра.

Задание 1. Дать определение понятия «взаимодействия» одного из следующих социологов – Зиммель, Мид, Хоманс, Парсонс, Сорокин, Дюркгейм и др.

Задание 2. Составить таблицы сопоставления жестов, мимики, поз в невербальной коммуникации разных стран мира с целью выявления национальных особенностей.

Тема 5. Внутриорганизационные коммуникации. Лояльность и корпоративная идентичность.

Вопросы устного опроса:

6. Внутрифирменные коммуникации: понятие, типология, особенности.
7. Формальная и неформальная коммуникация в организации. Роль руководителя и лидера в формировании коммуникаций.
8. Основные направления коммуникации в организации
9. Методы исследования деловых коммуникаций организации.
10. Лояльность и корпоративная идентичность: понятие, содержание, функции и факторы формирования.

Тестовые задания:

11) В каком году в России была создана ассоциация по связям с общественностью?

- a) 1989
- b) 1990
- c) 1991
- d) 1992
- e) 1993

12) Разработку и подготовку выступления первого лица организации осуществляет:

- a) Копирайтер
- b) Спиндоктор
- c) Спичрайтер
- d) Стилист
- e) Рекламист

- 13) Какой текст соответствует рациональному типу мышления?**
- a) Магический
 - b) Прагматический
 - c) Убеждающий
 - d) Гедонистский
 - e) Сетевой
- 14) Аудиостиль организации - это**
- a) Система мероприятий по развитию автомобильного парка организации
 - b) Элемент фирменного дизайна организации
 - c) Специальное музыкальное произведение для прослушивания в автомобиле
 - d) Принятый стиль деловых отношений в организации
 - e) Визуальный образ организации
- 15) Брифинг - это**
- a) Система мероприятий по развитию организации
 - b) Регулярные встречи избирателей с депутатами
 - c) Единая позиция организации
 - d) Регулярно проводимые встречи с журналистами
 - e) Официальное заявление государственных органов
- 16) Кто из специалистов первым начал преподавать публич рилейшнз как учебную дисциплину в университете?**
- a) Айви Ли
 - b) Эдвард Бернейз
 - c) Артур Пейдж
 - d) Джордж Паркер
 - e) БедваминДэй
- 17) Какой документ, относится к документам, определяющим этические требования к PR-деятельности**
- a) Римская хартия
 - b) Берлинский кодекс
 - c) Лондонские принципы
 - d) Вашингтонские положения
 - e) Бостонский устав
- 18) Фандрайзинг - это**
- a) Технологии поиска средств для осуществления проекта
 - b) Рекламная кампания по продвижению товара
 - c) Система определения сегмента на рынке
 - d) Элемент фирменного дизайна
 - e) Технология оформления пространства
- 19) Семиотика - это наука**
- a) О знаках как особых видах носителей информации и знаковых системах
 - b) О формах проведения лоббистской кампании
 - c) О спонсорской деятельности
 - d) О методах создания антикризисной программы
 - e) О методологии предметной области фандрайзинга
- 20) Брэнд трактуется как:**
- a) Образ марки товара (услуги) в сознании покупателя, выделяющий его
 - b) Лицензированная товарная марка/знак
 - c) Фирменное название организации, имеющее правовую основу
 - d) Определенный сегмент рынка
 - e) Характеристика текста, правила интерпретации
- 11) RACE - это**

- a) социальное течение, главной целью которого является достижение уничтожения расовой дискриминации;
- b) название программы деятельности PR, образованное из начальных букв четырех ее составляющих: R - research, A - action, C - communication, E - evaluation;
- c) название организации, отвечающей за проведение гонок «Формула - 3» на территории Москвы
- d) широкое социальное движение, ориентированное на гармонизацию отношений
- e) программа организации социального управления

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

Вопросы устного опроса:

- 5. Стейкхолдеры: понятие и основные типы.
- 6. Технологии изучения стейкхолдеров, методы и формы работы с целевыми группами.
- 7. Организация взаимодействия компании в финансовой сфере. Субъекты финансового поля. Формы и технологии организации взаимодействия с субъектами финансового поля.
- 8. Определение понятия «доверие». Доверие как социальный фактор развития партнерских отношений между организациями.

Темы докладов и рефератов:

- 4. Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки.
- 5. Корпоративное гражданство как элемент общественного договора (определение, история становления; теория и практика применения).
- 6. Стейкхолдер-менеджмент: управление заинтересованными группами.

Задание 1. Составление карты влияния: визуализация (в виде схемы или диаграммы) людей, оказывающих влияние и принимающих решения. При составлении карты учитываются три фактора: важность или общий вес влияния; связи между стейкхолдерами: степень влияния.

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

Вопросы устного опроса:

- 5. Понятие сети: различные трактовки (П. Бурдьё, Р. Патнэм, М.Кастельс). Основные типологии и свойства сети.
- 6. Интернет как технический канал коммуникации (история становления, особенности взаимодействия в интернет-пространстве).
- 7. Нетворкинг: понятие и технология. Краудсорсинг: понятие и технологии. Краудфандинг: понятие и примеры применения.
- 8. Анализ успешных краудсорсинговых проектов.

Темы докладов и рефератов:

- 3. Web 1.0, 2.0 и 3.0: определения и основные характеристики взаимодействия.
- 4. Аннотации книги Дарси Резак «Связи решают все: бизнес-сказка о царевне-лягушке».

Деловая игра:

Демонстрация переговорных стилей на конкретном примере (работа в парах): вы рекламный агент и приходите к новому клиенту, потребности и вкусы которого вам неизвестны. Вам необходимо:

- расположить к себе клиента;
- убедить его сделать заказ сразу;
- убедить обратиться к вам через некоторое время.

Типы клиентов: весельчак; жадный, но с деньгами; педант; бизнес-леди; самовлюбленный; молодой руководитель; интеллигент; невежда; иностранец; не принимающий сам решения; новатор; рационалист; своевластный; неуверенный в себе; нервный; консерватор; «воображала»; «грубиян»; «франт»; случайный.

Тема 8. Формы деловой коммуникации.

Вопросы устного опроса:

5. Деловое совещание: понятие, функции, этапы подготовки. Проведение совещания: от регистрации участников до протокола совещания.
6. Переговоры: сущность и типология, модели и технологии переговорного процесса. Переговорные стили и стратегии ведения переговоров.
7. Понятие коммуникативной личности. Коммуникативные компетенции менеджера.
8. Коммуникативный саботаж и проблема диалога.

Задание 1. Пример деловой коммуникации а как канала коммуникации на конкретном историческом и литературном примере.

Тема 9. Слухи как специфическая форма коммуникации.

Вопросы устного опроса:

4. Слухи: понятие, функции Т.Шибутани, Г.Олпорт, Л.Постмэн.
5. Типология слухов. Свойства слухов. Структура слухов: субъекты, предметы, каналы, объекты.
6. Динамика слухов, технология слухов и их профилактика. Факторы возникновения, распространения и восприятия слухов.

Срезовые тесты

Срез № 1

1 ВАРИАНТ

2. Понятие коммуникация характеризуется:

- 5) передачей информации с целью получения ответа
- 6) обмен информацией о идеях или переживаниях
- 7) передача информации от источника во вне
- 8) воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы

10. Основными типами коммуникации по установочной задаче являются:

- 5) информационная, убеждающая, контактоустанавливающая
- 6) непосредственная, опосредованная
- 7) межличностная, групповая, массовая
- 8) информационная, дискуссионная, письменная

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

- 5) комплиментарную
- 6) поясняющую
- 7) объяснительную
- 8) сигнальную

12. Обратная связь в процессе коммуникации может быть

- 5) директивной и недирективной
- 6) прямой и косвенной
- 7) положительной и отрицательной
- 8) оценочной и безоценочной

13. Самопрезентация это

- 5) управление впечатлением, которое оратор производит на аудиторию с целью влияния на нее
- 6) автобиографичный рассказ о себе
- 7) позиционирование себя с лучшей стороны
- 8) коммуникативный прием, используемый на собеседовании

14. Отметьте существующие виды самопрезентации:

- 5) массовая, межличностная
- 6) природная, искусственная
- 7) ситуационная, объективная
- 8) первичная, вторичная

15. Назовите автора теории зеркального я

- 5) И.Гофман
- 6) Р.Викланд
- 7) Ч.Кули
- 8) А.Шутц

16. Термином «интеракция» в социологии обозначают

- 5) социальные контакты
- 6) социальное действие
- 7) социальное взаимодействие
- 8) социальные отношения

17. Простые, элементарные связи между отдельными индивидами это

- 5) социальные контакты
- 6) социальное действие
- 7) социальное взаимодействие
- 8) социальные отношения

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

- 5) социальные контакты
- 6) социальное действие
- 7) социальное взаимодействие
- 8) социальные отношения

2 ВАРИАНТ

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

- 5) достоверной
- 6) актуальной
- 7) объективной
- 8) полной

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

- 5) понятной
- 6) полной
- 7) полезной
- 8) актуальной

23. Семиотика это

- 5) наука о знаковых системах
- 6) совокупность наук, изучающих культуру народа, выраженную в языке и литературном творчестве.
- 7) дублирование некоторого элемента смысла
- 8) стилистическая фигура или стилистическая ошибка

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

- 5) обратная связь
- 6) лидер мнения
- 7) канал
- 8) посредник

25. Определите тип коммуникативной модели П.Лазерфельда

- 5) линейная
- 6) двуступенчатая
- 7) однонаправленная
- 8) циклическая

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

- 5) семантический барьером
- 6) эмоциональным барьером
- 7) отсутствие обратной связи
- 8) невербальным барьером

27. Назовите автора драматургической теории

- 5) И.Гофман
- 6) Р.Викланд
- 7) Ч.Кули
- 8) А.Шутц

28. Назовите автора, выделившего два типа самопрезентации: защитную и приобретающую

- 5) И.Гофман
- 6) Р.Викланд
- 7) Ч.Кули
- 8) А.Шутц

29. К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится

- 5) мимика
- 6) походка
- 7) громкость
- 8) тембр

30. К какой сфере невербальной коммуникации относится знак:

- 5) проксемика
- 6) ольфакторика
- 7) кинесика
- 8) такесика

СРЕЗ № 2

1 ВАРИАНТ

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

- 5) формальные коммуникации
- 6) неформальные коммуникации
- 7) вертикальные коммуникации
- 8) диагональные коммуникации

12. Для горизонтальных коммуникаций характерно:

- 5) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
- 6) Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности
- 7) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
- 8) 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. Физическое лицо или организация, имеющая права, долю, требования или интересы относительно системы или её свойств, удовлетворяющих их потребностям и ожиданиям, является

- 5) партнером
- 6) стейкхолдером
- 7) конкурентом
- 8) владельцем-собственником

14. Субъекты, не являющиеся внутренними стейкхолдерами организации

- 5) поставщики
- 6) персонал
- 7) учредители
- 8) инвесторы

15. Коммуникационная сеть — это

- 5) это деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары
- 6) это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов
- 7) это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации

8) это процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла

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

- 5) «палатка»
- 6) «звезда»
- 7) «шпора»
- 8) «круг»

17. 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 –

- 5) нетворкинг
- 6) краудфандинг
- 7) краудсорсинг
- 8) нет верного варианта ответа

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

- 5) совещание
- 6) переговоры
- 7) дебрифинг
- 8) пресс-конференция

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

- 5) совещание
- 6) переговоры
- 7) дебрифинг
- 8) пресс-конференция

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

- 5) регламент
- 6) пресс релиз
- 7) повестка дня
- 8) доклад

2 ВАРИАНТ

21. Для восходящих коммуникаций характерно

- 5) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.

- 6) Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности
- 7) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
- 8) 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.

22. Для нисходящих коммуникаций характерно

- 5) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
- 6) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
- 7) Доведения до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
- 8) 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.

23. Высшая степень лояльности персонала проявляется на

- 5) атрибутивном уровне
- 6) уровне поведения
- 7) уровне способностей
- 8) уровне идентичности

24. Субъекты, не являющиеся внешними стейкхолдерами организации

- 5) поставщики
- 6) посредники
- 7) покупатели
- 8) инвесторы

25. Теория управления стейкхолдерами была впервые подробно изложена

- 5) Э.Фриманом
- 6) Р.Акоффом
- 7) Б.-А. Лундваллом
- 8) Л. Нильсоном

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

- 5) временные работники
- 6) консультанты
- 7) партнеры
- 8) «поддержка»

27. 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) –**
- 5) нетворкинг
 - 6) краудфандинг
 - 7) краудсорсинг
 - 8) нет верного варианта ответа
- 28. 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) –**
- 5) нетворкинг
 - 6) краудфандинг
 - 7) краудсорсинг
 - 8) нет верного варианта ответа
- 29. Цель какого вида совещаний состоит в передаче необходимых сведений и распоряжений сверху вниз по вертикали управления (от руководителя к подчинённым) для скорейшего их выполнения**
- 5) инструктивных совещаний
 - 6) проблемных совещаний
 - 7) диспетчерских совещаний
 - 8) мотивационных совещаний
- 30. Цель, какого вида совещаний, состоит в получении информации о текущем состоянии дел**
- 5) инструктивных совещаний
 - 6) проблемных совещаний
 - 7) диспетчерских совещаний
 - 8) мотивационных совещаний

ИТОГОВЫЙ ТЕСТ

ВАРИАНТ 1

- 11. Понятие коммуникация характеризуется:**
- 5) передачей информации с целью получения ответа
 - 6) обмен информацией о идеях или переживаниях
 - 7) передача информации от источника во вне
 - 8) воссоздание информационных идей посредством ключевого символа или темы
- 12. Основными типами коммуникации по установочной задаче являются:**
- 5) информационная, убеждающая, контактоустанавливающая
 - 6) непосредственная, опосредованная
 - 7) межличностная, групповая, массовая
 - 8) информационная, дискуссионная, письменная
- 13. Обратная связь - это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на инициирующее высказывание или поведение, выполняющий ... или коррективную функцию.**
- 5) комплиментарную

- 6) поясняющую
- 7) объяснительную
- 8) сигнальную

14. Обратная связь в процессе коммуникации может быть

- 5) директивной и недирективной
- 6) прямой и косвенной
- 7) положительной и отрицательной
- 8) оценочной и безоценочной

15. Самопрезентация это

- 5) управление впечатлением, которое оратор производит на аудиторию с целью влияния на нее
- 6) автобиографичный рассказ о себе
- 7) позиционирование себя с лучшей стороны
- 8) коммуникативный прием, используемый на собеседовании

16. Отметьте существующие виды самопрезентации:

- 5) массовая, межличностная
- 6) природная, искусственная
- 7) ситуационная, объективная
- 8) первичная, вторичная

17. Назовите автора теории зеркального я

- 5) И.Гофман
- 6) Р.Викланд
- 7) Ч.Кули
- 8) А.Шутц

18. Термином «интеракция» в социологии обозначают

- 5) социальные контакты
- 6) социальное действие
- 7) социальное взаимодействие
- 8) социальные отношения

19. Простые, элементарные связи между отдельными индивидами это

- 5) социальные контакты
- 6) социальное действие
- 7) социальное взаимодействие
- 8) социальные отношения

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

- 5) социальные контакты
- 6) социальное действие
- 7) социальное взаимодействие
- 8) социальные отношения

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

- 5) достоверной
- 6) актуальной
- 7) объективной

8) полной

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

- 5) понятной
- 6) полной
- 7) полезной
- 8) актуальной

33. Семиотика это

- 5) наука о о знаковых системах
- 6) совокупность наук, изучающих культуру народа, выраженную в языке и литературном творчестве.
- 7) дублирование некоторого элемента смысла
- 8) стилистическая фигура или стилистическая ошибка

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

- 5) обратная связь
- 6) лидер мнения
- 7) канал
- 8) посредник

35. Определте тип коммуникативной модели П.Лазерсфельда

- 5) лиейная
- 6) двуступенчатая
- 7) однонаправленная
- 8) цикличная

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

- 5) семантический барьером
- 6) эмоциональным барьером
- 7) отсутствие обратной связи
- 8) невербальным бырьером

37. Назовите автора драматургической теории

- 5) И.Гофман
- 6) Р.Викланд
- 7) Ч.Кули
- 8) А.Шутц

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

- 5) И.Гофман
- 6) Р.Викланд
- 7) Ч.Кули
- 8) А.Шутц

39. К паралингвистическим элементам невербальной коммуникации относится

- 5) мимика
- 6) походка
- 7) громкость

8) тембр

40. К какой сфере невербальной коммуникации относится знак:

- 5) проксемика
- 6) ольфакторика
- 7) кинесика
- 8) такесика

3 ВАРИАНТ

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

- 5) формальные коммуникации
- 6) неформальные коммуникации
- 7) вертикальные коммуникации
- 8) диагональные коммуникации

12. Для горизонтальных коммуникаций характерно:

- 5) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
- 6) Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности
- 7) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
- 8) 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. Физическое лицо или организация, имеющая права, долю, требования или интересы относительно системы или её свойств, удовлетворяющих их потребностям и ожиданиям, является

- 5) партнером
- 6) стейкхолдером
- 7) конкурентом
- 8) владельцем-собственником

14. Субъекты, не являющиеся внутренними стейкхолдерами организации

- 5) поставщики
- 6) персонал
- 7) учредители
- 8) инвесторы

15. Коммуникационная сеть — это

- 5) это деятельность фирмы по информированию о себе и свои товары и убеждения купить эти товары
- 6) это совокупность индивидов, которые постоянно взаимодействуют между собой на основе созданных и функционирующих информационных каналов
- 7) это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации

8) это процесс определения потребительских характеристик товара и его позиционирование на рынке, разработки ассортимента и средств поддержки на разных этапах жизненного цикла

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

- 5) «палатка»
- 6) «звезда»
- 7) «шпора»
- 8) «круг»

17. 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 –

- 5) нетворкинг
- 6) краудфандинг
- 7) краудсорсинг
- 8) нет верного варианта ответа

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

- 5) совещание
- 6) переговоры
- 7) дебрифинг
- 8) пресс-конференция

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

- 5) совещание
- 6) переговоры
- 7) дебрифинг
- 8) пресс-конференция

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

- 5) регламент
- 6) пресс релиз
- 7) повестка дня
- 8) доклад

31. Для восходящих коммуникаций характерно

- 5) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
- 6) Доведение до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности

- 7) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
- 8) 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.

32. Для нисходящих коммуникаций характерно

- 5) Оповещения высшего эшелона власти (высшего руководства) о том, что делается на более низких уровнях иерархической системы.
- 6) Это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников организации.
- 7) Доведения до сведения и сознания подчиненных и нижестоящих организаций о смысле принимаемых на высших уровнях, стратегические направления будущей деятельности.
- 8) 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.

33. Высшая степень лояльности персонала проявляется на

- 5) атрибутивном уровне
- 6) уровне поведения
- 7) уровне способностей
- 8) уровне идентичности

34. Субъекты, не являющиеся внешними стейкхолдерами организации

- 5) поставщики
- 6) посредники
- 7) покупатели
- 8) инвесторы

35. Теория управления стейкхолдерами была впервые подробно изложена

- 5) Э.Фриманом
- 6) Р.Акоффом
- 7) Б.-А. Лундваллом
- 8) Л. Нильсоном

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

- 5) временные работники
- 6) консультанты
- 7) партнеры
- 8) «поддержка»

37. 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) –

- 5) нетворкинг
- 6) краудфандинг

- 7) краудсорсинг
- 8) нет верного варианта ответа

38. 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) –

- 5) нетворкинг
- 6) краудфандинг
- 7) краудсорсинг
- 8) нет верного варианта ответа

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

- 5) инструктивных совещаний
- 6) проблемных совещаний
- 7) диспетчерских совещаний
- 8) мотивационных совещаний

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

- 5) инструктивных совещаний
- 6) проблемных совещаний
- 7) диспетчерских совещаний
- 8) мотивационных совещаний