

**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
учёным советом
Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол № 3 от 21.09.2023 г.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Стратегическое и операционное управление персоналом организации

(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.02 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

(код и наименование дисциплины)

38.03.03 Управление персоналом

(код, наименование направления подготовки /специальности)

Очная

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2024 г.

Волгоград, 2023 г.

Автор-составитель:

Кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного управления и менеджмента
В.А. Зоркова

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой
государственного управления и менеджмента, кандидат экономических наук, доцент А.Н. Сырбу

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание) (Ф.И.О.)

Б1.В.02 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» одобрена на заседании кафедры
государственного управления и менеджмента. Протокол от 30 августа 2023 года № 1

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
1.1. Осваиваемые компетенции.....	4
1.2. Результаты обучения.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	4
3.Содержание и структура дисциплины.....	5
3.1. Структура дисциплины.....	5
3.2. Содержание дисциплины.....	Ошибка! Закладка не определена.
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	8
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.....	8
4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	8
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	17
5.1. Методы проведения экзамена.....	17
5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации.....	17
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	19
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	25
7.1. Основная литература.....	25
7.2. Дополнительная литература.....	26
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	26
7.4. Интернет-ресурсы, справочные системы.....	27
7.5. Иные источники.....	27
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	27

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

1.1. Осваиваемые компетенции

Дисциплина Б1.В.02 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-9	Способен проводить операционное и стратегическое управление персоналом, организовать корпоративную социальную политику	ПКс-9.1.2.1	Способен осуществлять деловые коммуникации в соответствии с моделями социального взаимодействия в рамках решения профессиональных задач

1.2. Результаты обучения

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ПКс-9.1.2.1	на уровне знаний: знать содержание современных приемов и технологий деловых коммуникаций в управленческой деятельности
		на уровне умений: уметь организовывать деловые коммуникации в управленческой деятельности
		на уровне навыков: использовать приемы и технологии деловых коммуникаций в управленческой Деятельности

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.02 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» относится к блоку обязательной части дисциплин. В соответствии с учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 3 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 144 часа (4 ЗЕТ).

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 50 часов (лекций – 16 часов, практических занятий – 32 часа, консультация перед экзаменом – 2 часа) и на самостоятельную работу обучающихся – 58 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области философии, теории управления, а также знания русского языка и культуры речи. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, необходимы для организации деловых коммуникаций в профессиональной сфере: проведения совещаний, переговоров, деловых бесед

Учебная дисциплина Б1.В.02 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» реализуется после изучения дисциплины Б1.О.03 Философия, Б1.О.05 Психология, Б1.О.16 Основы теории управления, Б1.О.14 Культура речи и деловое общение.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.					СР О	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л, ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ*	КСР		
Тема 1	Введение в теорию коммуникации	14	2		4		8	О, Э
Тема 2	Специфика, структура, виды и формы деловой коммуникации	14	2		4		8	О
Тема 3	Стратегия и технологии устных коммуникаций и публичных выступлений	14	2		4		8	О, Т
Тема 4	Деловые переговоры	14	2		4		8	О, К-З
Тема 5	Формирование позитивного профессионального имиджа в деловой коммуникации	12	2		4		6	О, Д
Тема 6	Культура спора и бесконфликтная коммуникация	12	2		4		6	О, Д
Тема 7	Особенности подготовки и проведения выступлений в современном публичном пространстве: радио, телевидение и интернет-коммуникация. Интервью, пресс-конференции и вебинары (онлайн и офлайн формат взаимодействия)	14	2		4		8	О, К-З
Тема 8	Этика деловой коммуникации	12	2		4		6	О, Т
Промежуточная аттестация		38						Экз Конс 2
Итого:		144	16		32		58	36

Примечание:

* формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тест (Т), диспут (Д), кейс-задачи (К-З), эссе (Э)

** формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (З), зачет с оценкой (ЗО).

3.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в теорию коммуникации

Коммуникация как объект исследования современной науки. Многообразие точек зрения на проблему коммуникации. Типы значений коммуникации. Общее представление об уровнях, формах и видах коммуникации. Коммуникология как наука о коммуникационных процессах (по И.П. Яковлеву). Предмет коммуникологии. Субъекты коммуникации. Усложнение человеческих связей и отношений. Рост взаимодействий в экономической, политической, социальной сфере. Становление новой коммуникативной культуры: инновационные технологии как основа взаимодействия. Профессионализм специалиста государственной гражданской службы и его коммуникативная компетентность. Содержание и особенности делового и неделового общения.

Тема 2. Специфика, структура, виды и формы деловой коммуникации

Деловая коммуникация как процесс информационного воздействия. Специфика делового общения в современных условиях. Предмет, содержание и цель деловой коммуникации. Регламент деловых коммуникаций и его зависимость от культурных особенностей, целей и задач воздействия. Функционально-ролевой характер деловых коммуникаций. Виды и функции деловой коммуникации. Внешние и внутренние виды деловой коммуникации, вертикальные и горизонтальные, нисходящие и восходящие, их особенности и взаимосвязи. Особенности коммуникации на государственной гражданской службе. Общие представления о формах деловых коммуникаций. Структура деловой коммуникации. Модели коммуникации Г.Д. Лассуэлла, К. Шеннона - У. Уивера, М.Х. Мескона - М. Альберта - Ф. Хедоури.

Тема 3. Стратегия и технологии устных коммуникаций и публичных выступлений

Стратегия устных коммуникаций на государственной гражданской службе. Правила деловой риторики на государственной гражданской службе. Побуждение и констатация как два вида коммуникативного воздействия. Технологические особенности кадровых бесед (в сфере государственной гражданской службы). Специфика коммуникативного воздействия: приём на работу и увольнение (общие правила).

Технологии публичных выступлений: виды и жанры. Деловая риторика: основные правила успеха. Структура публичного выступления. Правила подготовки выступлений. Оценка обстановки и состава слушателей. Обратная связь: функции, типы, правила и способы получения. Ответы на вопросы. Анализ поведения оратора. Психологические барьеры: наличие и преодоление. Средства и приемы управления аудиторией.

Тема 4. Деловые переговоры

Переговоры как особая форма деловой коммуникации: цель, задачи, особенности организации и проведения. Виды переговоров. Переговоры через посредников. Национальные особенности ведения переговоров. Функции и этапы деловых переговоров. Стратегии ведения переговоров. Дистрибутивная стратегия ведения переговоров («разделение пирога»): примеры тактики, жёсткие и мягкие, недостатки. Интегративная стратегия ведения переговоров («победа-победа», «расширение пирога»): примеры тактики, трудности реализации. Типы вопросов. Договор о возможных направлениях сотрудничества. Разработка «постконтрактных» соглашений: механизмы защиты договорённостей. Принципы эффективного ведения переговоров.

Тема 5. Формирование позитивного профессионального имиджа в деловой коммуникации

Понятие, сущность и основные свойства имиджа. Универсальные слагаемые имиджа. Классификация имиджа (по М.А. Беляевой и В.А. Самковой). Функции имиджа. Деловая репутация. Субъекты имиджирования. Персональный имиджмейкинг. Атрибуты и факторы делового имиджа: внешние, внутренние, зависимые от воспринимающих. Значение делового имиджа. Формирование имиджа: стратегия и тактика. Эскиз имиджа. Этапы имиджмейкинга. Средовые особенности имиджа. Контекст деятельности. Создание информирующего сообщения: сущность самопрезентации, её стратегия, техники, цели (по И. Джонсону и Т. Питтману) и саморефлексия. Прямая зависимость между имиджем и карьерой.

Тема 6. Культура спора и бесконфликтная коммуникация

Спор как сложная разновидность диалога, как метод согласования различных точек зрения, поиска истины, убеждения оппонента, разрешения конфликтных ситуаций. Основные формы: дискуссия, полемика, диспут и дебаты. Участники спора: оппонент и пропонент. 4 ситуации аргументации (по А.А.Ивину). 7 вариантов протекания спора (по И.М. Дзялошинскому и М.А. Пильгуну). Признаки спора. Цели ведения спора: конструктивные и деструктивные. Виды споров (по С.И. Поварнину). Споры по способам проведения. Стратегия и тактика делового спора. Эффективная тактика пропонента. Эффективная тактика оппонента. Рекомендации по ведению спора. Техника убеждения делового партнёра (по А. Петренко). Приёмы аргументации в споре (по И.М. Дзялошинскому и М.А. Пильгуну). Логическая структура спора. Логические операции спора: доказательство и опровержение. Уловки и софизмы. Культура и этика спора: основные принципы дискусивно-полемиической коммуникации.

Тема 7. Особенности подготовки и проведения выступлений в современном публичном пространстве: радио, телевидение и интернет-коммуникация. Интервью, пресс-конференции и вебинары (онлайн и офлайн формат взаимодействия).

Специфика современной жизни: цифровое коммуникативное пространство. Аудитория СМИ и интернет-коммуникантов: особенности современного взаимодействия. Психологические особенности восприятия аудио и видеоинформации в пространстве радио-, теле- и интернет вещания. Правила, обеспечивающие минимальный уровень психологической защиты потребителей от манипуляционного воздействия (Е.Е. Прониной). Специфика радио-, теле- и интернет-интервью как разновидностей деловой беседы. Этика интервью и её составляющие. Цели, подготовка и проведение пресс-конференции. Специфика планирования и правила проведения вебинаров. Этика цифровой коммуникации. Новые возможности цифровой коммуникации и их использование в сфере государственной гражданской службы.

Тема 8. Этика деловой коммуникации

Основные принципы этики деловых отношений. Современные этические принципы делового поведения Л. Хосмера. Основные проблемы становления этики деловых отношений в России: внутренние и внешние барьеры. Макроэтика и микроэтика: принципы. Двенадцать принципов ведения дела в России: принципы личности и принципы профессионала, принципы гражданина России и принципы гражданина Земли. Служебная этика руководителя. Методы достижения авторитета. Корпоративная этика и принятие решений. Использование мотивации сотрудников и проблема манипулирования. Этический кодекс государственной службы и проблемы внедрения этических ценностей в деятельности органов государственной власти и управления. Основные правила адекватной критики в деловой коммуникации (по А. Петренко). Служебная этика и культура служебных взаимоотношений в государственном аппарате управления: принципы и правила служебных отношений и служебного поведения. Конфликты интересов на государственной службе и механизмы их урегулирования.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

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

В ходе реализации дисциплины Б1.В.02 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» используются следующие **методы текущего контроля** успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Введение в теорию коммуникации	опрос
Тема 2	Специфика, структура, виды и формы деловой коммуникации	опрос
Тема 3	Стратегия и технологии устных коммуникаций и публичных выступлений	опрос, тестирование
Тема 4	Деловые переговоры	опрос, кейс-задачи
Тема 5	Формирование позитивного профессионального имиджа в деловой коммуникации	опрос, диспут
Тема 6	Культура спора и бесконфликтная коммуникация	опрос, диспут
Тема 7	Особенности подготовки и проведения выступлений в современном публичном пространстве: радио, телевидение и интернет-коммуникация. Интервью, пресс-конференции и вебинары (онлайн и офлайн формат взаимодействия)	опрос, кейс-задачи
Тема 8	Этика деловой коммуникации	опрос, тестирование

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Тема 1. Введение в теорию коммуникации

Вопросы для опроса:

1. Дайте определение коммуникации и охарактеризуйте модель коммуникативного процесса.
2. В чём специфика коммуникативной компетентности специалиста в сфере государственного управления?
3. Сформулируйте особенности делового и неделового общения.
4. Раскройте социально-психологические аспекты коммуникации.
5. Чем объясняется существенный рост внутренней мотивации к самосовершенствованию современных специалистов в сфере управления?

Примерная тема эссе: «Роль коммуникации в жизни человека».

Тема 2. Специфика, структура, виды и формы деловой коммуникации

Вопросы для опроса:

1. Дайте определения и краткую характеристику основным видам деловой коммуникации.
2. От чего зависит успешность деловой беседы?
3. Приведите характеристику вербальных средств коммуникации.
4. Какие тактические приемы используются участниками переговоров?
5. Что относится к невербальной коммуникации? Какое место занимают

невербальные средства в формах делового взаимодействия?

6. Назовите особенности подготовки и проведения разговора по телефону.
7. Охарактеризуйте основные нормы и правила делового электронного этикета.

Тема 3. Стратегия и технологии устных коммуникаций и публичных выступлений

Вопросы для опроса:

1. Раскройте технологию кадровых бесед.
2. В чём специфика собеседования при приёме на работу?
3. Как адекватно провести процедуру увольнения?
4. Какова структура публичной речи?
5. Назовите основные характеристики публичной коммуникации.
6. Раскройте понятие «ораторский стиль»
7. В чём особенности аргументирующей речи?
8. Как захватить внимание аудитории?
9. Подготовьте убеждающую или призывающую к действию речь и определите аудиторию, для которой она предназначена.

Примерный тест:

1. Деловая коммуникация как специфический обмен информацией является процессом передачи содержания

- 1) интеллектуального и делового
- 2) эмоционального и культурного
- 3) эмоционального и интеллектуального
- 4) рационального и делового

2. Общение людей осуществляется с помощью коммуникаций

- 1) вербальных и устных
- 2) вербальных и невербальных
- 3) письменных и невербальных
- 4) устных и невербальных

3. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью сообщений

- 1) устных и письменных
- 2) слов и жестов
- 3) жестов и мимики
- 4) устных и бессловесных

4. Невербальные коммуникации осуществляются посредством языка

- 1) языка тела и слов
- 2) языка телодвижений и письменной речи
- 3) устной речи и ее параметров
- 4) языка телодвижений и диапазонов речи

5. Эффективные коммуникации в организации важны

- 1) только для систем управления
- 2) для управленческих и производственных систем
- 3) для всей организации в целом
- 4) только для отдельных структур организации

6. Деловая коммуникация производна от

- 1) целей деятельности;
- 2) личных особенностей участников взаимодействия;
- 3) мотивированности субъектов коммуникации;
- 4) общественной позиции граждан

7. Руководитель сообщил подчинённым режим работы в период карантина.

Это пример коммуникации:

- 1) восходящей;
- 2) нисходящей;
- 3) горизонтальной;
- 4) интерактивной.

8. Среди вертикальных коммуникаций различают:

- 1) восходящие и деструктивные;
- 2) восходящие и нисходящие;
- 3) нисходящие и конструктивные;
- 4) восходящие и конструктивные.

9. Согласно модели коммуникации К. Шеннона-У. Уивера, лицо декодирующее информацию является:

- 1) отправителем (передатчиком);
- 2) адресатом (получателем);
- 3) директором (управляющим);
- 4) аналитиком.

10. Правило: всегда выполнять распоряжения, поступающие по нисходящим каналам – это:

- 1) принцип эффективной коммуникации в малой группе;
- 2) основа любого коммуникативного взаимодействия;
- 3) основа формальных коммуникаций;
- 4) основа невербальной коммуникации.

Тема 4. Деловые переговоры

Вопросы для опроса:

1. Переговоры как особая форма деловой коммуникации: цель, задачи, особенности организации и проведения.
2. Характеристика ключевых понятий: интерес, схожие и различные интересы, позиция, цель, компромисс, условия достижения соглашения, информационная асимметрия, риски сторон.
3. Стратегии ведения переговоров.

Примерная кейс-задача:

Основная часть - проблема: Переведите в формы делового общения переговоры между Попом и Балдой, героями одноименной сказки А.С. Пушкина. Используйте язык бизнеса: совмещение профессий, система оплаты труда, работодатель, работник, претендент на должность, договор, контракт, условия работы, компромисс, консенсус, виды и содержание деятельности и пр.

Эпизод первый: заключение трудового соглашения.

«Нужен мне работник:
Повар, конюх, плотник.
А где мне найти такого
Служителя не слишком дорогого?»
Балда говорит: «Буду служить тебе славно,
Усердно и очень исправно,
В год за три щелка тебе по лбу,
Есть же мне давай вареную полбу».
Призадумался поп,
Стал себе почесывать лоб.
Щелк щелку ведь рознь.
Да понадеялся он на русский авось.
Поп говорит Балде: «Ладно.

Не будет нам обоим накладно...»

Эпизод второй: отношение работника к своим обязанностям.

· Все ли условия соглашения выполняются?

· Как выполнил Балда свои обязанности?

Эпизод третий: оплата труда, оговоренная соглашением.

Справедливость каких правил делового сотрудничества подтверждают заключительные слова Балды: «Не гонялся бы ты, поп, за дешевизною».

Заключительный этап. Подготовьте аналитическую информацию: какие правила составления трудового соглашения были нарушены партнерами в ситуации «Прием на работу».

Тема 5. Формирование позитивного профессионального имиджа в деловой коммуникации

Вопросы для опроса:

1. Раскройте понятие «имидж».
2. Назовите основные слагаемые и свойства имиджа.
3. Назовите техники формирования имиджа, охарактеризуйте одну из них.
4. Обоснуйте необходимость формирования имиджа.
5. Поработайте над созданием «Я»-концепции и речевым имиджем.

Вопросы для диспута:

1. Имидж государственного служащего, так ли необходимо его формировать?
2. Может ли имидж одного государственного деятеля изменить мнение о государственной службе как виде деятельности в целом?
3. Как можно трактовать слоган «имидж ничто, жажда всё» применительно к деловому человеку?

Тема 6. Культура спора и бесконфликтная коммуникация

Вопросы для опроса:

1. Охарактеризуйте логическую структуру спора.
2. Какие разновидности и формы делового спора представляются вам наиболее актуальными? Дайте формулировки этим разновидностям и формам спора.
3. В чем заключается культура и этика спора?
4. Перечислите основные уловки, к которым прибегают в споре полемисты. В чем суть этих уловок?
5. Потренируйтесь в проводимых дискуссиях, спорах на искусство доказательства и опровержения.

Вопросы для диспута:

1. Можно ли говорить об этике спора применительно к современным телевизионным шоу? Зачем участники этих передач стараются перекричать друг друга?
2. Действительно ли важна культура спора, ведь существуют политики, которые даже в предвыборной полемике пренебрегают правилами этики?
3. Конфликт руководителя и подчиненного обязательно приведет к увольнению? Нужно ли спорить с руководителем, отстаивая своё мнение?

Тема 7. Особенности подготовки и проведения выступлений в современном публичном пространстве: радио, телевидение и интернет-коммуникация. Интервью, пресс-конференции и вебинары (онлайн и офлайн формат взаимодействия)

Вопросы для опроса:

1. В чём специфика современной коммуникации?
2. Обозначьте отличительные особенности онлайн и офлайн коммуникации.
3. Охарактеризуйте психологические особенности восприятия аудио и видеoinформации в пространстве радио, теле и интернет вещания.
4. Раскройте специфику и целевую установку пресс-конференции.
5. Охарактеризуйте новые возможности цифровой коммуникации в сфере государственной гражданской службы.
6. Раскройте правила обеспечения минимальной психологической защиты от манипуляционного воздействия.

Примерная кейс-задача:

Вводная часть: «Руководитель муниципального образования принимает участие в собрании депутатов муниципального собрания. На повестке дня проблемы капитального ремонта: качество материалов и проведённых работ, ресурсы муниципалитетов, жалобы жителей».

Основная часть – проблема: «На мероприятии присутствуют жители муниципального округа: кто-то положительно относится к капитальному ремонту, но жалуется на качество материалов и работ, кто-то требует не трогать их жильё, в котором уже сделан ремонт. Дискуссия имеет острый характер. На собрании присутствуют журналисты, которые сразу же после окончания попросили Вас ответить на несколько вопросов. У Вас есть два варианта действий: ответить на провокационные вопросы сразу или, успокоив участников собрания, пригласить их на беседу позже. Какое решение наиболее оптимально в данной ситуации? Обоснуйте различные способы решения данной задачи».

Ролевая игра к данной кейс-задаче:

1 этап. Один из студентов выступает в роли руководителя муниципального образования, высказывая свою позицию, остальные студенты формулируют своё мнение о его решении.

2 этап. Студенты делятся на группы: одна группа формулирует вопросы (жителей, журналистов), вторая группа - помогают руководителю принять решение. Требуется рассмотреть максимальное количество возможных вопросов и ответов на них.

Заключительный этап. Всеобщее обсуждение адекватности выбранных вариантов решения данного кейса.

Тема 8. Этика деловой коммуникации

Вопросы для опроса:

1. Охарактеризуйте основные принципы делового поведения.
2. Каковы основные проблемы этики деловых отношений в России.
3. Охарактеризуйте основные принципы макро- и микроэтики.
4. В чём сущность служебной этики руководителя?
5. Что такое корпоративная этика?
6. Опишите основные правила адекватной критики в деловой коммуникации.
7. В чём сущность служебной этики и культуры служебных взаимоотношений в государственном аппарате управления?

8. Раскройте понятие конфликт интересов на государственной гражданской службе и механизмы его урегулирования.

Примерный тест:

1. Имидж это:

- 1) упрощенный образ какой-либо социальной группы или общности, с легкостью распространяемый на всех ее представителей
- 2) представление индивида о себе, сопряженное с его отношением к себе или к отдельным своим качествам
- 3) целостный образ, общее впечатление, которое производит человек на окружающих
- 4) стиль речи или поведения человека
- 5) схематизированное, эмоционально окрашенное представление о человеке

окружающих

2. Те, относительно кого складывается имидж, это:

- 1) Реципиенты
- 2) Отправители
- 3) Носители имиджа
- 4) Получатели
- 5) Индукторы

3. Установите соответствие:

1) Когда одна из сторон дискуссии стремится победить своего оппонента любым, даже логически неправильным, путём, то мы можем сделать вывод о:

- авторитарном характере спора;
- демагогическом характере спора;
- софическом характере спора.

2) Когда одна из сторон дискуссии, опираясь на авторитеты либо используя свой авторитет, а нередко и власть, навязывает свою точку зрения другим, то мы можем сделать вывод о:

- авторитарном характере спора;
- демагогическом характере спора;
- софическом характере спора.

3) Когда одна из сторон дискуссии ведёт спор не ради истины, а для того чтобы увести дискуссию в сторону от истины, преследуя при этом свои личные цели, то мы можем сделать вывод о:

- авторитарном характере спора;
- демагогическом характере спора;
- софическом характере спора.

4. Установите соответствие:

1) Когда одна из сторон дискуссии ведёт спор не только ради истины, но ради своих практических целей, которые скрыты от собеседника, то мы можем сделать вывод о:

- критикующему характере спора;
- эвристическом характере спора;
- прагматическом характере спора.

2) Когда одна из сторон дискуссии, настаивая на своём подходе к решению проблемы с использованием методов убеждения, интуиции и здравого смысла постепенно склоняет к своей точке зрения другого или других собеседников, то мы можем сделать вывод о:

- критикующему характере спора;
- эвристическом характере спора;

-прагматическом характере спора.

3) Когда одна из сторон дискуссии акцентирует внимание лишь на недостатках, слабых местах в позиции своих оппонентов, не хочет и не стремится увидеть позитивные элементы в противоположной точке зрения и не может предложить своё решение, то мы можем сделать вывод о

-критикующему характеру спора;

-эвристическом характере спора;

-прагматическом характере спора.

5. Осуществите соответствие видов спора и их характеристик

1) В этом виде спора значимость тезиса определяется его востребованностью обеими сторонами коммуникации, где противники практически всегда равны друг другу и выступают за действенность, чистоту и безукоризненность аргументации:

-спор ради победы;

-спор ради истины;

-спор ради убеждения.

2) Этот вид спора может иметь бескорыстный характер, поскольку существует необходимость убеждение противника в наиболее значимой для самого себя позиции, а может быть направлен на достижение какой-либо цели, обусловленной полезностью:

-спор ради победы;

-спор ради истины;

-спор ради убеждения.

3) В этом споре применяется весь арсенал доступных средств убеждения в том числе провокационного характера, позволяя коммуникантам проявить всё своё ораторское мастерство, где равный статус противников не является обязательным:

-спор ради победы;

-спор ради истины;

-спор ради убеждения.

6. Осуществите соответствие

1) Стратегия спора, нацеленная на победу независимо от способов её достижения, носит название:

-конструктивная;

-претенциозная;

-конфликтная.

2) Стратегия спора, выводящая на первый план предмет дискуссии и способствующая изложению участниками своих доводов в корректном ключе носит название:

-конструктивная;

-претенциозная;

-конфликтная.

7. Вопросы "У Вас действительно достаточно средств, чтобы воспользоваться моим предложением?", "Может показать Вам что-то подешевле?" носят характер

1) провокационный;

2) подтверждённый;

3) риторический;

4) однополюсный.

5) альтернативный.

8. Создание побочных эффектов, в том числе видимости стремления к сотрудничеству, это функция деловых переговоров

1) контролирующая;

2) пропагандистская;

3) маскировочная;

4) информационная;

5) коммуникативная.

9. Постепенное подведение партнёра к полному согласию с вами путём получения от него согласия сначала в главном, а затем в необходимых для полного согласия частностях, называется методом

- 1) двусторонней аргументации;
- 2) Салями
- 3) перелицовки
- 4) интервью

10. Постепенное подведение партнёра к противоположным выводам путём поэтапного прослеживания процедуры решения проблемы вместе с ним называется методом

- 1) двусторонней аргументации
- 2) Салями
- 3) перелицовки
- 4) интервью

Темы эссе

- 1) Роль коммуникации в Вашей жизни.
- 2) Раскройте Ваше видение соотношения понятий «общение» и «коммуникация».
- 3) Выразите личное отношение к электронным возможностям коммуникации: опишите их плюсы и минусы.
- 4) В чём Вы видите коммуникативную компетентность государственного гражданского служащего?
- 5) Чего больше в искусстве коммуникации: врождённых способностей или приобретённых навыков?
- 6) Есть ли у Вас опыт межкультурной коммуникации? Опишите основные проблемы, с которыми Вы столкнулись и способы их решения.

Шкала оценивания

Устный опрос

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации информации в области финансов.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике, владеет навыками анализа и систематизации информации в области финансов
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике в отдельных сферах профессиональной деятельности, владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области финансов
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет использовать полученные знания для решения основных практических задач в отдельных сферах профессиональной деятельности, частично владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области финансов
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, не умеет применять полученные знания на практике, не владеет навыками анализа и систематизации информации в области финансов

Тестирование

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\%,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;
В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;
О – общее количество вопросов в тесте.

Проверка кейса

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при проверке кейса во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проверке кейса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

При оценивании результатов решения кейса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.

Решение задач

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при решении задач во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при решении задач, является количество верно решенных задач. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам решения задач, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\%,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам решения задач;
В – количество верно решенных задач;
О – общее количество задач.

Решение ситуационной задачи

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выполнении ситуационной задачи во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания является сбор и обобщение необходимой информации, правильное выполнение необходимых расчетов, достоверность и обоснованность выводов.

При оценивании результатов решения ситуационной задачи используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, умеет собирать и обобщать необходимую информацию, правильно осуществляет расчеты, делает обоснованные выводы
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, может собрать большую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом незначительные ошибки
74% - 60%	Учащийся демонстрирует знание некоторой части основных теоретических положений, может собрать некоторую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом ошибки
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, умений и навыков в рамках осваиваемой компетенции.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Методы проведения экзамена

Экзамен проводится с применением следующих методов: метод устного опроса по вопросам из перечня примерных вопросов из п.5.2.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-9.1.2.1 Способен осуществлять деловые коммуникации в соответствии с моделями социального взаимодействия в рамках решения профессиональных задач	– Формулирует основные теоретические положения и применяет их на практике;	– определяет содержание коммуникативного процесса, принципы и функции деловых коммуникаций
	– Применяет технологии получения обратной связи;	– определяет технологию обратной связи; – выделяет особенности техник передачи и получения обратной связи; – классифицирует техники передачи и получения обратной связи
	– Определяет специфику, порядок и содержание внутренних и межведомственных коммуникаций в сфере управления	– определяет приемы и технологии внутренних и межведомственных коммуникаций в процессе управленческой деятельности

Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену по дисциплине «Деловые коммуникации»

1. Коммуникация как объект современной науки.
2. Коммуникология как наука, её предмет и основные проблемы.
3. Специфика деловой коммуникации.
4. Социальные основы деловой коммуникации.
4. Сущностные составляющие коммуникативной компетентности.
5. Субъекты деловой коммуникации и их ролевые функции.
6. Значение коммуникативной компетентности на государственной гражданской службе.
7. Основные виды деловой коммуникации и их характеристика.
8. Формы деловой коммуникации на государственной гражданской службе.
9. Сущность внутренних деловых коммуникаций.
10. Специфика внешних деловых коммуникаций.

11. Деловые коммуникации в организации: вертикальные и горизонтальные взаимодействия.
12. Коммуникативные барьеры в процессе взаимодействия.
13. Модель коммуникации К. Шеннона-У. Уивера.
14. Роль обратной связи в коммуникативном процессе.
15. Понятие «барьеры коммуникации», основные виды и способы их преодоления.
13. Место и роль вербальных средств коммуникации в профессиональной деятельности специалиста государственной гражданской службы.
15. Этапы, принципы и правила проведения деловой беседы.
16. Приёмы активного слушания в деловой коммуникации.
17. Правила подготовки и проведения деловых переговоров.
18. Понятие "имидж", его элементы на государственной гражданской службе.
19. Специфика, структура и основные принципы деловой беседы. Основные её функции.
20. Основные особенности делового совещания. Виды деловых совещаний, наиболее значимые в условиях государственной гражданской службы. Документ, фиксирующий основные этапы проведения делового совещания, специфика его заполнения и его основные формы.
21. Деловые переговоры как коммуникативный вид деятельности. Их основные функции и подходы к проведению.
22. "Мягкие", "жесткие" и принципиальные переговоры в деловой коммуникации.
22. Виды и жанры публичных выступлений на государственной гражданской службе. Базовая структура публичного выступления.
23. Соотношение стратегии и тактики в достижении успеха в деловом общении.
24. Деловой портрет руководителя.
25. Рефлексия, и её роль в коммуникативном процессе.
26. Основные правила этикета во время переговоров.
27. Правила убеждения в переговорах.
28. Место спора в деловых переговорах.
29. Сходство и различие понятий «диспут», «дискуссия», «полемика», «спор».
30. Виды споров.
31. Особенности различных видов споров.
32. Типы, признаки и защита от манипуляционного воздействия.
33. Особенности письменной коммуникации на государственной гражданской службе.
34. Виды деловых писем и их применение в сфере государственной и муниципальной службы.
35. Конфликт интересов на государственной гражданской службе и механизмы его преодоления.
36. Специфика делового взаимодействия: электронная коммуникация и телефонные переговоры.
37. Виды, цели и технологии интервью.
38. Подготовка к аудио и видео-интервью.
39. Онлайн и офлайн коммуникации: специфика и технологии проведения.
40. Пресс-конференция как вид деловой коммуникации: сущность, правила организации и целевые ориентиры.
41. Этические основы деловых коммуникаций на государственной гражданской службе.
42. Самопрезентация как особая составляющая профессионализма руководителя.
43. Культура служебных взаимоотношений на государственной гражданской службе.
44. Управленческая этика в государственном аппарате управления.
45. Национальные особенности деловой коммуникации: кросс-культурный подход к деловому взаимодействию.

Шкала оценивания

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время промежуточной аттестации определяется оценками «Отлично» / «Хорошо»/ «Удовлетворительно»/ «Неудовлетворительно». Критериями оценивания на зачете с оценкой является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации информации в области финансов.

Для дисциплин, формой промежуточной аттестации которых является зачет с оценкой, приняты следующие соответствия:

- 90-100% - «отлично» (5);
- 75-89% - «хорошо» (4);
- 60-74% - «удовлетворительно» (3);
- менее 60% - «неудовлетворительно» (2).

При оценивании результатов устного опроса используется следующая 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.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

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 должен содержать следующие структурные элементы: Титульный лист Содержание Введение Основная часть Заключение Список литературы Приложения (при необходимости). Требования к оформлению рефератов: шрифт – 14, поля – по 2 см, интервал – 1, объем – не менее 10 стр.

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	40

программе	
Решение задач, практических упражнений и ситуационных примеров	40
Изучение тем, выносимых на самостоятельное рассмотрение	20
Итого	100

Методические рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

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, умения решать практические задачи. 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 вопросами для устного опроса,
- 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.

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.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

На самостоятельную работу студентов по дисциплине Б1.В.02 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» выносятся следующие темы:

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС	Очная форма	Заочная форма
1	2	3	4	5
1	Введение в теорию	1. Сформулируйте определение	О	О

	коммуникации	<p>социальной коммуникации и охарактеризуйте модель коммуникативного процесса.</p> <p>2. В чем специфика деловой коммуникации?</p> <p>3. Чем вызван внутренний рост потребности в самосовершенствовании современных управленцев?</p> <p>4. Чем обусловлено формирование новой технологической культуры коммуникативного взаимодействия?</p> <p>5. Что исследует коммуникология?</p> <p>6. Раскройте социальный характер общения.</p> <p>7. В чём сущность коммуникативной компетентности государственного служащего?</p>		
2	Специфика, структура, виды и формы деловой коммуникации	<p>1. Дайте определения и краткую характеристику основным видам деловой коммуникации.</p> <p>2. Охарактеризуйте специфику вербальных средств общения.</p> <p>3. Что относится к невербальным средствам общения? Какое место занимают невербальные средства в формах делового взаимодействия?</p> <p>4. Какие тактические приемы используются участниками переговоров?</p> <p>5. Назовите особенности подготовки и проведения телефонные переговоров.</p> <p>6. Охарактеризуйте основные нормы и правила делового этикета.</p> <p>7. Опишите алгоритм техники рефлексивного слушания.</p> <p>8. Раскройте особенности электронной коммуникации.</p>	О	О
3	Стратегия и технологии устных коммуникаций и публичных выступлений	<p>1. Какова структура публичной речи?</p> <p>2. Назовите основные характеристики публичной коммуникации.</p> <p>3. Раскройте понятие «ораторский стиль»</p> <p>4. В чём особенности аргументирующей речи?</p> <p>5. Как захватить внимание аудитории?</p> <p>6. Подготовьте убеждающую или призывающую к действию речь и определите аудиторию, для которой она предназначена.</p> <p>7. Подготовьтесь к собеседованию при приеме на работу, сформулируйте Ваши основные достоинства и недостатки как специалиста.</p>	О	Р
4	Деловые переговоры	1. Переговоры как особая форма	О	О

		<p>деловой коммуникации: цель, задачи, особенности организации и проведения.</p> <p>2. Характеристика ключевых понятий: интерес, схожие и различные интересы, позиция, цель, компромисс, условия достижения соглашения, информационная асимметрия, риски сторон.</p> <p>3. Стратегии ведения переговоров.</p>		
5	Формирование позитивного профессионального имиджа в деловой коммуникации	<p>1. Раскройте понятие «имидж».</p> <p>2. Назовите основные слагаемые и свойства имиджа.</p> <p>3. Назовите техники формирования имиджа, охарактеризуйте одну из них.</p> <p>4. Обоснуйте необходимость формирования имиджа.</p> <p>Поработайте над созданием «Я»-концепции и речевым имиджем.</p>	О	О
6	Культура спора и бесконфликтная коммуникация	<p>1. В чём сущность деловой полемики, каковы правила её проведения?</p> <p>2. Охарактеризуйте логическую структуру спора.</p> <p>3. Какие разновидности и формы делового спора представляются вам наиболее актуальными? Дайте формулировки этим разновидностям и формам спора.</p> <p>4. В чем заключается культура и этика спора?</p> <p>5. Перечислите основные уловки, к которым прибегают в споре полемисты. В чем суть этих уловок?</p> <p>6. Потренируйтесь в проводимых дискуссиях, спорах на искусство доказательства и опровержения.</p>	О, 3	О,3
7	Особенности подготовки и проведения выступлений в современном публичном пространстве: радио, телевидение и интернет-коммуникация. Интервью, пресс-конференции и вебинары (онлайн и офлайн формат взаимодействия)	<p>1. В чём специфика онлайн и офлайн коммуникации?</p> <p>2. Обозначьте правила подготовки к аудио и видеоконференциям.</p> <p>3. Перечислите основные виды интервью.</p> <p>4. Раскройте специфику и целевую установку пресс-конференции.</p> <p>5. Охарактеризуйте барьеры восприятия диалоговой информации.</p> <p>6. Раскройте роль и функции ведущего пресс-конференцию.</p>	О	Р
8	Этика деловой коммуникации	<p>1. Охарактеризуйте понятия: «мораль», «этика», «этикет», «деловой этикет». В чем их сходство и отличия.</p> <p>2. Каковы правила вербального и невербального этикета.</p>	О	О

		<p>3. Охарактеризуйте особенности этикета в основных видах делового общения.</p> <p>4. Раскройте понятия «технология», «техника», «технология делового общения», «коммуникативная компетентность»?</p> <p>5. Раскройте содержание понятия речевой этикет?</p> <p>6. Что собой представляет дипломатический этикет и протокол?</p> <p>7. Как соотносятся понятия «речевой имидж» и «речевой этикет»?</p> <p>8. Каковы требования национального этикета?</p>	
--	--	--	--

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.

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 «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 (параграфы, 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, понятия 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.

Рекомендации для подготовки к экзамену

При подготовке к экзамену студент внимательно просматривает вопросы, предусмотренные рабочей программой, и знакомится с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи экзамена студентом является изучение конспектов лекций, прослушанных в течение семестра, информация, полученная в результате самостоятельной работы в течение семестра.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510845> (дата обращения: 27.06.2023).

Ратников, В. П. Деловые коммуникации : учебник для вузов / В. П. Ратников ; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 459 с. — ISBN 978-5-534-15744-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509587> (дата обращения: 27.06.2023).

Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497799> (дата обращения: 27.06.2023).

Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531364> (дата обращения: 27.06.2023).

Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении : учебное пособие для вузов / А. С. Никитина, Н. Г. Чевтаева, С. А. Ваторопин, А. С. Ваторопин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13964-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519784> (дата обращения: 27.06.2023).

7.2. Дополнительная литература

46. *Кольшклина, Т. Б.* Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 145 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14216-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513409> (дата обращения: 27.06.2023).

Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 460 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511179> (дата обращения: 27.06.2023).

Жернакова, М. Б. Деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16605-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531363> (дата обращения: 27.06.2023).

Жернакова, М. Б. Деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16605-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531363> (дата обращения: 27.06.2023).

Кольшклина, Т. Б. Деловая культура : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 145 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15388-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513617> (дата обращения: 27.06.2023).

6.1. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации (с учётом поправок, внесённых законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30 декабря 2008 года № 6-ФКЗ и от 30 декабря 2008 года № 7-ФКЗ) // Российская газета от 21 января 2009 года - № 7 (4831).

2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019); "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019); "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья)" от 26.11.2001 N 146-ФЗ (ред. от 18.03.2019); "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) // <https://legalacts.ru/> - Законы, кодексы и нормативно-правовые акты РФ.

3. Государственный стандарт ГОСТ Р 7.0.97-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов" (утв. Приказом Росстандарта от 08.12.2016 N 2004-ст) (ред. от 14.05.2018) // СПС «КонсультантПлюс».

4. Приказ Минкультуры РФ от 08.11.2005 N 536 О Типовой инструкции по делопроизводству в федеральных органах исполнительной власти // <https://legalacts.ru/doc/prikaz-minкультуры-рф-от-08112005-п-536/> - Законы, кодексы и

нормативно-правовые акты РФ.

5. Федеральный закон от 27 июля 2004 года № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2004. - № 31. - Ст. 3215.

6. Указ Президента Российской Федерации от 12.08.2002 года № 885 «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих» // СПС «КонсультантПлюс».

7. Указ Президента Российской Федерации от 01.02.2005 года № 110 «О проведении аттестации государственных гражданских служащих Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс».

8. Указ Президента Российской Федерации от 01.02.2005 года № 111 «О порядке сдачи квалификационного экзамена государственными гражданскими служащими Российской Федерации и оценке их знаний, навыков и умений (профессионального уровня)» // СПС «КонсультантПлюс».

9. Указ Президента Российской Федерации от 01.02.2005 года № 112 «О конкурсе на замещение вакантной должности государственной гражданской службы Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс».

10. Указ Президента Российской Федерации от 01.07.2010 года № 821 «О комиссиях по соблюдению требований к служебному поведению федеральных

государственных служащих и урегулированию конфликта интересов» // СПС «КонсультантПлюс».

6.2. Интернет-ресурсы, справочные системы.

1. <http://www.kremlin.ru> - официальный сайт Президента Российской Федерации.
2. <http://www.government.ru> - официальный сайт Правительства Российской Федерации.
3. <http://www.aup.ru> – Электронная библиотека экономической и деловой литературы
4. <https://www.communicology.us/> - Журнал «Коммуникология».
5. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
6. <http://www.garant.ru> - Гарант.
7. <http://www.mevriz.ru> – Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
8. <https://pa-journal.igsu.ru> – Журнал «Государственная служба»
9. <http://www.rbc.ru> – Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг»
10. <http://www.top-personal.ru> – Журнал «Управление персоналом»
11. <http://www.uptp.ru> – Журнал «Проблемы теории и практики управления»
12. <http://vestnik.uapa.ru/ru> - Журнал «Вопросы управления»
13. <http://znanium.com> - Электронно-библиотечная система издательского дома «ИНФРА-М»

6.3. Иные источники

1. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>.
2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>.
3. Социология. электронная библиотека. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/INDEX_SOCIO.php.
4. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>.

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроеционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

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

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

**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
учёным советом
Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол № 2 от 23.09.2021 г.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Стратегическое и операционное управление персоналом организации

(наименование образовательной программы)

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.02 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

(код и наименование дисциплины)

38.03.03 Управление персоналом

(код, наименование направления подготовки / специальности)

Очная

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2023 г.

Волгоград, 2022 г.

1. Вопросы к экзамену.

1. Коммуникация как объект современной науки.
2. Коммуникология как наука, её предмет и основные проблемы.
3. Специфика деловой коммуникации.
4. Социальные основы деловой коммуникации.
4. Сущностные составляющие коммуникативной компетентности.
5. Субъекты деловой коммуникации и их ролевые функции.
6. Значение коммуникативной компетентности на государственной гражданской службе.
7. Основные виды деловой коммуникации и их характеристика.
8. Формы деловой коммуникации на государственной гражданской службе.
9. Сущность внутренних деловых коммуникаций.
10. Специфика внешних деловых коммуникаций.
11. Деловые коммуникации в организации: вертикальные и горизонтальные взаимодействия.
12. Коммуникативные барьеры в процессе взаимодействия.
13. Модель коммуникации К. Шеннона-У. Уивера.
14. Роль обратной связи в коммуникативном процессе.
15. Понятие «барьеры коммуникации», основные виды и способы их преодоления.
13. Место и роль вербальных средств коммуникации в профессиональной деятельности специалиста государственной гражданской службы.
15. Этапы, принципы и правила проведения деловой беседы.
16. Приёмы активного слушания в деловой коммуникации.
17. Правила подготовки и проведения деловых переговоров.
18. Понятие "имидж", его элементы на государственной гражданской службе.
19. Специфика, структура и основные принципы деловой беседы. Основные её функции.
20. Основные особенности делового совещания. Виды деловых совещаний, наиболее значимые в условиях государственной гражданской службы. Документ, фиксирующий основные этапы проведения делового совещания, специфика его заполнения и его основные формы.
21. Деловые переговоры как коммуникативный вид деятельности. Их основные функции и подходы к проведению.
22. "Мягкие", "жесткие" и принципиальные переговоры в деловой коммуникации.
22. Виды и жанры публичных выступлений на государственной гражданской службе. Базовая структура публичного выступления.
23. Соотношение стратегии и тактики в достижении успеха в деловом общении.
24. Деловой портрет руководителя.
25. Рефлексия, и её роль в коммуникативном процессе.
26. Основные правила этикета во время переговоров.
27. Правила убеждения в переговорах.
28. Место спора в деловых переговорах.
29. Сходство и различие понятий «диспут», «дискуссия», «полемика», «спор».
30. Виды споров.
31. Особенности различных видов споров.
32. Типы, признаки и защита от манипуляционного воздействия.
33. Особенности письменной коммуникации на государственной гражданской службе.
34. Виды деловых писем и их применение в сфере государственной и муниципальной службы.

35. Конфликт интересов на государственной гражданской службе и механизмы его преодоления.

36. Специфика делового взаимодействия: электронная коммуникация и телефонные переговоры.

37. Виды, цели и технологии интервью.

38. Подготовка к аудио и видео-интервью.

39. Онлайн и офлайн коммуникации: специфика и технологии проведения.

40. Пресс-конференция как вид деловой коммуникации: сущность, правила организации и целевые ориентиры.

41. Этические основы деловых коммуникаций на государственной гражданской службе.

42. Самопрезентация как особая составляющая профессионализма руководителя.

43. Культура служебных взаимоотношений на государственной гражданской службе.

44. Управленческая этика в государственном аппарате управления.

45. Национальные особенности деловой коммуникации: кросс-культурный подход к деловому взаимодействию.

2. Тестовые материалы

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

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 информацией 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

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

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

3. Открытые задания

3.1. Теоретические задания с открытыми вопросами

1. Имидж как фактор эффективной деловой коммуникации.
2. Примеры проявления различных психотипов личности в процессе коммуникации
3. Профессиональная коммуникативная компетентность государственного служащего
4. Коммуникативная компетентность и показатели ее оценивания.
5. Факторы влияющие на формирование личного «коммуникативного стиля».
6. Влияния темперамента и характера деловых партнеров на эффективность коммуникации.
7. Коммуникация: основные концепции (символический интеракционизм(Дж.Мид, Г.Блумер,), феноменологическая социология (А.Шютц), концепция коммуникативного действия Ю.Хабермаса и аутопойетическая теория Н.Лумана
8. Коммуникация: основные концепции (символический интеракционизм(Дж.Мид, Г.Блумер,), феноменологическая социология (А.Шютц), концепция коммуникативного действия Ю.Хабермаса и аутопойетическая теория Н.Лумана
9. Структура коммуникации: информационный, интерактивный, перцептивный аспекты
10. Информация: основные концепции (Н.Винер, У.Шрамм, Н.Луман)
11. Знак как носитель информации: понятие, типология. Знак, значение, смысл.
12. Язык как посредник в коммуникации. Понятие, функции.
13. Модель коммуникативного процесса (Г.Лассуэлл)
14. Модели коммуникативного процесса У.Шрамма: П.Лазерсфельда:
15. Отличительные черты концепции Б. Уэстли и М. Маклина
16. Конфигурации коммуникационных структур в организациях
17. «Обратная связь» как элемент коммуникативного процесса
18. Дебрифинг и развитие обратной связи
19. Барьеры коммуникации и пути их преодоления
20. Коммуникация как процесс: этапы и технологии
21. Массовая и межличностная коммуникация: основные отличительные особенности
22. Вербальная и невербальная коммуникация в организации
23. Формальная и неформальная коммуникация в организации
24. Основные направления коммуникации в организации
25. Субъектность актора как фактор, определяющий успешность коммуникации

26. Коммуникативная личность: понятие, основные элементы и типы коммуникативной личности
27. Коммуникативная компетентность менеджера
28. Коммуникативный саботаж и проблема диалога
29. Деловое совещание: технология организации и проведения
30. Переговоры: сущность, функции, модели, стратегии ведения
31. Краудсорсинг как сетевая технология организации взаимодействий
32. Нетворкинг – технология формирования личных и корпоративных взаимодействий
33. Структура коммуникации: информационный, интерактивный, перцептивный аспекты

3.2. Практические задания.

Задание 1.

Вам предстоит выступить на собрании (совещании) с предложением по какому-либо рабочему вопросу (значимой для вас общественной позиции). Подготовьте тезисы выступления.

Задание 2.

Проанализируйте один из проведенных вами деловых разговоров (бесед) по предложенной схеме.

1. Цель разговора.
2. Какой конкретный результат встречи?
3. Мог ли результат быть лучшим для дела?
4. Все ли аргументы были использованы?
5. Все ли выяснили у партнера?
6. Какая была атмосфера разговора?
7. Удовлетворен ли партнер встречей с Вами?
8. Есть ли необходимость повторной встречи?

Составьте план следующего делового разговора с учетом выявленных ошибок.

Задание 3.

Подготовьте не менее пяти из перечисленных ниже видов деловых писем на ваш выбор:

1. Письмо-запрос.
2. Письмо-ответ.
3. Письмо-просьба.
4. Письмо-отказ.
5. Информационное письмо.
6. Письмо-благодарность.
7. Сопроводительное письмо.
8. Письмо-напоминание.
9. Письмо-сообщение.
10. Письмо-приглашение.

Задание 4.

Студенты разбиваются на пары. Первые номера начинают рассказывать вторым о том, как они провели вчерашний день. У слушающих задание – в течение первых трех минут принять позу, подражающую позе рассказчика, и «отзеркаливать» его жесты. Затем принять произвольную позу и перестать «отзеркаливать» партнера. Потом студенты меняются ролями.

Задание 5.

Студенты разбиваются на пары. В паре один – «начальник отдела», другой – «подчиненный». Задача «подчиненного» объяснить, что у него не было другого выхода, что он не специально опоздал, или разжалобить «начальника отдела», придумав соответствующую историю. Задача «начальника» – логично доказать «подчиненному», что его увертки не имеют под собой реальной почвы. «Начальник отдела» умышленно усиливает конфликтную ситуацию, дающую ему право на отказ. «Подчиненный» не должен поддаваться на провокацию.

Задание 6.

Занятие проходит в форме дебатов. Студенты разбиваются на две группы творческие группы. Одна из групп – сторонники выдвигаемой позиции, вторая – противники.

Группы готовят выступление (2 мин) в защиту или в осуждение выдвигаемой позиции. Докладчики могут задавать друг другу вопросы и отвечать на вопросы других студентов.

Примеры тем для выступлений:

- Цензура и основные свободы
- Использование военной силы для установления мира
- Экономический рост или экология
- Возможно или невозможно противостоять коррупции.

В конце занятия студенты оценивают победителей в каждой паре.

Задание 7.

Проанализируйте, какой стиль переговоров – «мягкий» или «жесткий» подходит Вам как личности больше всего?

Задание 8.

Вас повысили до начальника отдела, в котором один из сотрудников постоянно манипулировал предыдущим руководителем, угрожая увольнением. Речь идёт о достаточно ценном сотруднике для компании, но предыдущий руководитель серьёзно пострадал от этих манипуляций: был вынужден постоянно повышать зарплату сотруднику и идти на уступки с ущербом не только для себя, но и для организации. Что Вы предпримете, чтобы предвосхитить эту ситуацию и развернуть её в свою пользу.

Проведите небольшие эксперименты с близкими друзьями. Попробуйте во время разговора сделать непроницаемое лицо и никак не реагировать на слова собеседника. В другом разговоре попробуйте усердно кивать и преувеличенно отражать эмоции партнера. В третьем – примите ту же позу, что и собеседник, а когда он разговорится, резко измените её. Внимательно следите за состоянием рассказчиков во всех экспериментах. Результат обсудите с ними.

Последний эксперимент позволяет прийти к выводу: подражание позе и жестам партнера создает комфортную обстановку разговора, помогает собеседнику раскрыться, неподражание действует наоборот.