

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шарифуллин Рамиль Анварович

Должность: Директор Казанского филиала

Дата подписания: 30.11.2023 09:47:43

Уникальный программный ключ:

65fd6cbdf7eae29c01b701aaac1bc13072d7b00b08b212e44091c482448eba9

КАЗАНСКИЙ ФИЛИАЛ

ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Деловые коммуникации

Набор 2023 г.

Направление подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Управление недвижимостью»

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС

Разработчик: Нуртдинов А.Р. к.э.н., доцент _____

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (Протокол заседания кафедры экономики № 14 от 22.06.2023).

Зам. зав. кафедрой ___ Макаров Анатолий Николаевич

Казань, 2023

Оглавление

	Наименование разделов	Стр.
	Аннотация рабочей программы	
1.	Цели и планируемые результаты изучения дисциплины (модуля)	
2.	Место дисциплины (модуля) в структуре ППСЗ/ОПОП	
3.	Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы	
4.	Содержание дисциплины (модуля)	
5.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	
6.	Материально-техническое обеспечение	
7.	Карта обеспеченности литературой	
8.	Фонд оценочных средств	

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Деловые коммуникации»

Автор-составитель: Нуртдинов А.Р.

<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>При организации учебного процесса по дисциплине устанавливаются следующие цели ее преподавания:</p> <p>а) формирование у будущих выпускников системных знаний, являющихся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста;</p> <p>б) формирование знаний коммуникативного категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий видов, уровней, форм коммуникации;</p> <p>в) освоение навыков правильного общения и взаимодействия;</p> <p>г) формирование навыков практического приложения деловой коммуникации, ее взаимосвязи с жизненной средой и речевым поведением;</p> <p>д) получении представления о деловой коммуникации и ее формах, значения приемов общения для эффективного делового взаимодействия;</p> <p>е) научиться владеть элементарными навыками ведения деловой беседы и анализа деловых ситуаций.</p>
<p>Место дисциплины в структуре ОПОП</p>	<p>Дисциплина «Деловые коммуникации» входит в Блок: Б1.О.16 часть в системе подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент».</p> <p>Курс отражает достижения современной науки управления и ориентирован на формирование экономического мышления, а также носит комплексный межотраслевой характер и объединяет в единое целое знания, полученные студентами в процессе изучения экономической теории, маркетинга и других специальных дисциплин</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)</p>	<p>ИУК-3.1. Анализирует основные приемы и нормы социального взаимодействия, основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии</p> <p>задач</p> <p>ИУК-3.2. Устанавливает и поддерживает контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе, применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды</p> <p>ИУК-3.3 Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат</p> <p>ИОПК-3.1. Разрабатывать и реализовывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости</p> <p>ИОПК-3.2. Формулировать логично и системно, и обосновывать организационно-управленческие решения в сфере менеджмента и управления недвижимостью, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку результативности</p> <p>ИОПК-4.1 Создавать проектные команды и временные рабочие</p>

	<p>группы в целях реализации проектов в сфере профессиональной деятельности и осуществлять руководство их деятельностью</p> <p>ИОПК-4.2. Разрабатывать бизнес-планы на основе выявленных новых рыночных возможностей</p> <p>ИОПК-4.3. На основе современных методов разрабатывать оптимальные стратегии развития бизнеса организации, планировать инновационные преобразования и реформы в области менеджмента.</p>
Содержание дисциплины (модуля)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия. Характеристика курса «Деловые коммуникации» 2. Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия. 3. Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации 4. Этика делового общения 5. Барьеры в общении. Причины их возникновения. 6. Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации 7. Сознательное/бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении. 8. Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж.
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов.
Форма промежуточной аттестации	Диф. зачет., контрольная работа.

1.Цели освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины (модуля) является освоение компетенций (индикаторов достижения компетенций), предусмотренных рабочей программой.

В совокупности с другими дисциплинами ППСЗ/ОПОП дисциплина обеспечивает формирование следующих компетенций:

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Название
1	ИУК-3.1	Анализирует основные приемы и нормы социального взаимодействия, основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии
2	ИУК-3.2	Устанавливает и поддерживает контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе, применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды
	ИУК-3.3	Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат
3	ИОПК-3.1	Разрабатывать и реализовывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости
4	ИОПК-3.2	Формулировать логично и системно, и обосновывать организационно-управленческие решения в сфере менеджмента и управления недвижимостью, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку

		результативности
5	ИОПК-4.1	Создавать проектные команды и временные рабочие группы в целях реализации проектов в сфере профессиональной деятельности и осуществлять руководство их деятельностью
6	ИОПК-4.2	Разрабатывать бизнес-планы на основе выявленных новых рыночных возможностей
7	ИОПК-4.3	На основе современных методов разрабатывать оптимальные стратегии развития бизнеса организации, планировать инновационные преобразования и реформы в области менеджмента.

Планируемые результаты освоения дисциплины в части каждой компетенции указаны в картах компетенций по ППССЗ/ОПОП.

В рамках дисциплины осуществляется воспитательная работа, предусмотренная рабочей программой воспитания, календарным планом воспитательной работы.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ППССЗ/ОПОП

Дисциплина «Деловые коммуникации» входит в Блок: Б1.О.16 часть в системе подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент».

Курс отражает достижения современной науки управления и ориентирован на формирование экономического мышления, а также носит комплексный межотраслевой характер и объединяет в единое целое знания, полученные студентами в процессе изучения экономической теории, менеджмента и других специальных дисциплин

3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Таблица 2.1.

Очно-заочная форма обучения на базе СПО

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	По семестрам	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4	144	144	
Контактная работа	-	10	10	
Самостоятельная работа под контролем преподавателя, НИРС	-	134	134	
Занятия лекционного типа	-	6	6	
Занятия семинарского типа	-	4	4	
в том числе с практической подготовкой (при наличии)	-	-	-	
Форма промежуточной аттестации	-	Дифф.зачет	Дифф.зачет	

4. Содержание дисциплины

4.1. Текст рабочей программы

ТЕМЫ 1. Основные понятия. Характеристика курса «Деловые коммуникации»

Введение в предмет деловой коммуникации, основные понятия. Истоки формирования коммуникативного знания. Теории коммуникационных процессов в обществе и организациях. Основные

понятия теории коммуникации. Понятие делового общения. Деловая и межличностная коммуникация. Общение и коммуникация.

Коммуникационный менеджмент. Коммуникация как главный инструмент деловой сферы, коммуникация в бизнесе, политике, государственном и муниципальном управлении.

ТЕМЫ 2. Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия.

Коммуникация. Деловая коммуникация. Модели коммуникации в организациях. Факторы эффективной и неэффективной коммуникации, организационная структура информационного взаимодействия в организациях, стратегическая коммуникация в управлении организацией. Виды и функции деловой коммуникации.

Понятие общения. Виды общения: познавательное общение; убеждающее общение; экспрессивное общение; суггестивное общение; ритуальное общение. Характеристики делового общения.

Общение и коммуникация. Каналы коммуникации: формальные и неформальные.

ТЕМА 3. Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации

Коммуникативные стили в менеджменте. Индивидуальные и кросс-культурные особенности в стилях коммуникации. Жанры массовой и межличностной деловой коммуникации. Моделирование и управление коммуникационным процессом. Каналы деловой коммуникации.

Смысловое и эмоционально-чувственное наполнение коммуникации. Символы и значения в коммуникации, денотация и коннотация, чтение и использование знаковых систем в деловом общении, интерпретация и контекст в информационном поле.

ТЕМА 4. Этика делового общения

Этические особенности различных форм передачи информации. Культура поведения. Культура устной и письменной коммуникации. Невербальный аспект этики делового общения.

Телефонная коммуникация. Особенности общения по Интернету.

Деловой этикет. Деловые переговоры: подготовка и проведение. Деловые письма Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений.

Корпоративный стиль и этика бизнеса. Этика горизонтальной и вертикальной деловой коммуникации. Психологический климат в трудовом коллективе.

ТЕМА 5. Барьеры в общении. Причины их возникновения.

Деловая коммуникация, как процесс. Управленческое информационное воздействие Цели деловой коммуникации и барьеры достижения целей.

Коммуникационные барьеры различных социальных групп. Обратная связь. Навыки преодоления коммуникативных барьеров.

Барьеры в общении. Влияние типов личности на отношения партнеров. Барьеры восприятия и понимания. Коммуникативные барьеры: логический, семантический, фонетический, стилистический. Пути преодоления барьеров в общении.

ТЕМА 6. Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации

Установление контакта и эффект первого впечатления, влияние стереотипов на первое впечатление. Слушание и мышление, техники фиксации информации.

Правила убеждения, обратная связь Умение правильно формулировать вопросы и отвечать на них. Правила поведения при некорректных вопросах и приёмы их нейтрализации.

Умение слушать. Трудности эффективного слушания: ошибки тех, кто слушает; внутренние помехи слушания; внешние помехи слушания. Три уровня слушания. Виды слушания. Обратная связь в процессе слушания.

Публичная речь. Правила и параметры. Аудитория. Средства воздействия.

ТЕМА 7. Сознательное/бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении.

Сознательное и бессознательное в речевой коммуникации. Попытка обмануть как особый вид речевой коммуникации. Сигналы, выдающие неискренность и обман. Физиологические симптомы лжи собеседника.

Манипуляции в общении и их характеристики. Стратегии манипуляторов. Манипулятивные роли по Эрику Берну. Распознавание эго-состояний. Коммуникативные роли. Коммуникативные типы деловых партнеров

ТЕМА 8. Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж.

Правильно подобранный имидж как одно из слагаемых успеха в деловом общении. Психологические особенности формирования имиджа. Понятие «имиджа». Составляющие имиджа делового человека. Внешнее впечатление. Стиль и имидж.

Репутация. Понятие «репутации». Жанры формирования деловой репутации.

Создание гармоничного образа. Деловые качества. Как сделать благоприятным первое впечатление о себе. Факторы, влияющие на создание имиджа: фактор преимущества, фактор привлекательности, фактор отношения.

Соотнесение имиджа и репутации. Имиджмейкерство и репутационный менеджмент.

Формирование вербального имиджа: вербальный имидж как важнейшая составляющая имиджа делового человека; связь языка и интеллекта; манера представляться как элемент имиджа делового человека; техники формирования вербального имиджа. Самопрезентация как важнейший элемент культуры менеджера. Типы деловых партнеров.

4.2. Разделы и темы дисциплины, виды занятий (тематический план)

*Таблица 3.1.
Очно-заочная форма обучения на базе СПО*

№	Раздел дисциплины, тема	Код компетенции	Общая трудоёмкость дисциплины	в том числе				Наименование оценочного средства
				Контактная работа	Самостоятельная работа под контролем преподавателя НИРС	Занятия лекционного типа	Практическая подготовка	
				час.	час.	час.	час.	
1.	Основные понятия. Характеристика курса «Деловые коммуникации»	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	21	1	20	1		Устный опрос. Доклады, тестирование.
2.	Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия.	УК-3 ОПК-3	21	1	20	1		Устный опрос. Доклады, тестирование.

		ОПК-4						
3.	Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	21	1	20	1		Устный опрос. Доклады, тестирование.
4.	Этика делового общения	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	21	1	20	1		Устный опрос. Доклады, тестирование.
5.	Барьеры в общении. Причины их возникновения.	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	22	2	20	1	1	Доклады, тестирование
6.	Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	22	2	20	1	1	Доклады, тестирование
7.	Сознательное/бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении.	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	11	1	10		1	Доклады, тестирование
8.	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж.	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	5	1	4		1	Доклады, тестирование
ВСЕГО			144	10	134	6	4	

4.3. Самостоятельное изучение обучающимися разделов дисциплины

Таблица 4.1

№ раздела (темы) дисциплины	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов
1	Основные понятия. Характеристика курса «Деловые коммуникации»	20
2	Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия.	20
3	Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации	20
4	Этика делового общения	20
5	Барьеры в общении. Причины их возникновения.	20
6	Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации	20
7	Сознательное/бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении.	10
8	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в	4

4.4. Темы курсового проекта (курсовой работы)

Не предусмотрено

5.1. Учебно-методические рекомендации по изучению дисциплины (модуля)

Общие положения

Для успешного освоения дисциплины студент должен изучить следующие элементы образовательного процесса:

- самостоятельное изучение разделов и тем курса по учебникам и учебным пособиям с последующей самопроверкой;
- индивидуальные консультации (очные и письменные);
- посещение лекций, семинаров,
- сдача экзамена по всему курсу.

Лекционные занятия (теоретический курс)

Общие рекомендации по подготовке к лекциям:

В период сессии студентам читаются лекции, на которых рассматриваются наиболее важные темы и разделы курса, а также рассматриваются вопросы, недостаточно полно или точно освещенные в учебной литературе или вызывающие затруднения у большого числа студентов.

При преподавании дисциплины используются преимущественно следующие типы лекционных занятий:

Лекция-дискуссия

Лекция-консультация

Лекции – вид учебного занятия, основанный на устном систематическом и последовательном изложении материала по какой-либо проблеме, теме.

Основные этапы подготовки к лекционному занятию:

1. определение темы лекции (название – лаконичное, краткое, четкое);
2. выделение главных вопросов;
3. определение объема материала по каждому вопросу (в результате определяется объем всей лекции);
4. подбор и изучение всего литературного материала;
5. подбор наглядного материала, ТСО и дидактического материала к нему;
6. составление плана лекции;
7. написание полного текста лекции.

В ходе лекционного занятия преподаватель должен назвать тему, учебные вопросы, ознакомить студентов с перечнем основной и дополнительной литературы по теме занятия. Во вступительной части лекции обосновать место и роль изучаемой темы в учебной дисциплине, раскрыть ее практическое значение. Если читается не первая лекция, то необходимо увязать ее тему с предыдущей, не нарушая логики изложения учебного материала. Раскрывая содержание учебных вопросов, акцентировать внимание студентов на основных категориях, явлениях и процессах, особенностях их протекания. Раскрывать сущность и содержание различных точек зрения и научных подходов к объяснению тех или иных явлений и процессов.

Следует аргументировано обосновать собственную позицию по спорным теоретическим вопросам. Приводить примеры. Задавать по ходу изложения лекционного материала риторические вопросы и самому давать на них ответ. Это способствует активизации мыслительной деятельности студентов, повышению их внимания и интереса к материалу лекции, ее содержанию. Преподаватель должен руководить работой студентов по конспектированию лекционного материала, подчеркивать необходимость отражения в конспектах основных положений изучаемой темы, особо выделяя категориальный аппарат. В заключительной части лекции необходимо сформулировать общие выводы по теме, раскрывающие содержание всех вопросов, поставленных в лекции. Объявить план очередного семинарского занятия, дать краткие рекомендации по подготовке студентов к семинару. Определить место и время консультации студентам, пожелавшим выступить на семинаре с докладами и рефератами по актуальным вопросам обсуждаемой темы.

Лекция должна быть органически связана с другими видами учебных занятий: семинарами, лабораторными работами, учебной и производственной практикой, самостоятельной работой студентов.

Рекомендации по темам:

ТЕМЫ 1. Основные понятия. Характеристика курса «Деловые коммуникации»

Введение в предмет деловой коммуникации, основные понятия. Истоки формирования коммуникативного знания. Теории коммуникационных процессов в обществе и организациях. Основные понятия теории коммуникации. Понятие делового общения. Деловая и межличностная коммуникация. Общение и коммуникация.

Коммуникационный менеджмент. Коммуникация как главный инструмент деловой сферы, коммуникация в бизнесе, политике, государственном и муниципальном управлении.

ТЕМЫ 2. Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия.

Коммуникация. Деловая коммуникация. Модели коммуникации в организациях. Факторы эффективной и неэффективной коммуникации, организационная структура информационного взаимодействия в организациях, стратегическая коммуникация в управлении организацией. Виды и функции деловой коммуникации.

Понятие общения. Виды общения: познавательное общение; убеждающее общение; экспрессивное общение; суггестивное общение; ритуальное общение. Характеристики делового общения.

Общение и коммуникация. Каналы коммуникации: формальные и неформальные.

ТЕМА 3. Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации

Коммуникативные стили в менеджменте. Индивидуальные и кросс-культурные особенности в стилях коммуникации. Жанры массовой и межличностной деловой коммуникации. Моделирование и управление коммуникационным процессом. Каналы деловой коммуникации.

Смысловое и эмоционально-чувственное наполнение коммуникации. Символы и значения в коммуникации, денотация и коннотация, чтение и использование знаковых систем в деловом общении, интерпретация и контекст в информационном поле.

ТЕМА 4. Этика делового общения

Этические особенности различных форм передачи информации. Культура поведения. Культура устной и письменной коммуникации. Невербальный аспект этики делового общения.

Телефонная коммуникация. Особенности общения по Интернету.

Деловой этикет. Деловые переговоры: подготовка и проведение. Деловые письма. Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений.

Корпоративный стиль и этика бизнеса. Этика горизонтальной и вертикальной деловой коммуникации. Психологический климат в трудовом коллективе.

ТЕМА 5. Барьеры в общении. Причины их возникновения.

Деловая коммуникация, как процесс. Управленческое информационное воздействие Цели деловой коммуникации и барьеры достижения целей.

Коммуникационные барьеры различных социальных групп. Обратная связь. Навыки преодоления коммуникативных барьеров.

Барьеры в общении. Влияние типов личности на отношения партнеров. Барьеры восприятия и понимания. Коммуникативные барьеры: логический, семантический, фонетический, стилистический. Пути преодоления барьеров в общении.

ТЕМА 6. Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации

Установление контакта и эффект первого впечатления, влияние стереотипов на первое впечатление. Слушание и мышление, техники фиксации информации.

Правила убеждения, обратная связь Умение правильно формулировать вопросы и отвечать на них. Правила поведения при некорректных вопросах и приёмы их нейтрализации.

Умение слушать. Трудности эффективного слушания: ошибки тех, кто слушает; внутренние помехи слушания; внешние помехи слушания. Три уровня слушания. Виды слушания. Обратная связь в процессе слушания.

Публичная речь. Правила и параметры. Аудитория. Средства воздействия.

ТЕМА 7. Сознательное/бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении.

Сознательное и бессознательное в речевой коммуникации. Попытка обмануть как особый вид речевой коммуникации. Сигналы, выдающие неискренность и обман. Физиологические симптомы лжи собеседника.

Манипуляции в общении и их характеристики. Стратегии манипуляторов. Манипулятивные роли по Эрику Берну. Распознавание эго-состояний. Коммуникативные роли. Коммуникативные типы деловых партнеров

ТЕМА 8. Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж.

Правильно подобранный имидж как одно из слагаемых успеха в деловом общении. Психологические особенности формирования имиджа. Понятие «имиджа». Составляющие имиджа делового человека. Внешнее впечатление. Стиль и имидж.

Репутация. Понятие «репутации». Жанры формирования деловой репутации.

Создание гармоничного образа. Деловые качества. Как сделать благоприятным первое впечатление о себе. Факторы, влияющие на создание имиджа: фактор преимущества, фактор привлекательности, фактор отношения.

Соотнесение имиджа и репутации. Имиджмейкерство и репутационный менеджмент.

Формирование вербального имиджа: вербальный имидж как важнейшая составляющая имиджа делового человека; связь языка и интеллекта; манера представляться как элемент имиджа делового человека; техники формирования вербального имиджа. Самопрезентация как важнейший элемент культуры менеджера. Типы деловых партнеров.

Семинарские (практические) занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарам:

Прежде всего, магистрант должен ознакомиться с конспектом лекции по соответствующей теме, а потом перейти к изучению необходимых разделов учебников. По ходу знакомства с литературой он должен прочно освоить лексический минимум по теме, для того чтобы его будущий ответ на семинаре и экзамене был терминологически грамотным.

Для более глубокого овладения материалом магистранту предлагается прочитать и законспектировать некоторые издания из списка дополнительной литературы (если таковой имеется). На семинарском занятии возможно заслушивание рефератов (докладов), темы которых также обычно предоставляются преподавателем.

Подготовка к семинару дает магистранту большой простор для самостоятельного овладения материалом. В процессе подготовки ответов на вопросы семинаров магистр не ограничен в выборе источников и литературы. Однако если преподаватель прямо указывает на необходимую литературу для подготовки, магистр должен в первую очередь изучить именно ее. Важно знать, что на семинаре от магистра ожидается осмысленное и самостоятельное раскрытие заданных для подготовки тем.

Чтобы выступления магистра на семинарских занятиях были качественными и приносили максимальную пользу необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

1. Подготовка к семинару обычно требует большого труда и времени, поэтому ее нельзя откладывать на последний день. Накануне полезно лишь еще раз внимательно прочитать запись лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление.
 2. На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Даже, если семинар проходит в форме конференции, предполагающей выступления с сообщениями, активность магистранта может проявляться в виде вопросов докладчику, конспектировании отдельных тезисов доклада, дополнений к докладу. Важно помнить, что активное участие в ответе другого магистранта не менее важно, чем собственное выступление. Дополняя или корректируя ответ докладчика, магистрант отнюдь не снижает оценки докладчика, а демонстрирует свое внимание и компетентность.
 3. Выступление магистранта должно строиться в устной форме, быть свободным и аргументированным. Этого можно добиться только хорошо владея материалом. Выступающий должен проявить собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказать собственное понимание, обосновать его и сделать правильные выводы из сказанного. При этом магистрант может обращаться к записям конспекта и лекции, использовать факты и наблюдения из современной жизни и т.д.
 4. Вокруг такого выступления неизбежно могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. Для этого необходимо слушать выступающих. Дополнительные выступления должны быть также аргументированы.
 5. В заключении преподаватель, как руководитель семинара, подводит итоги выступлений, отмечает положительные моменты и недостатки, разрешает спорные вопросы, обращает внимание на то, что еще слабо усвоено и указывает, как надо работать дальше, что необходимо исправить и дополнить в конспектах. Следует внимательно отнестись к высказанным замечаниям и учесть их при подготовке к экзамену, а также исправить отмеченные недочеты к следующему семинару.
- Вопросы на семинар.

ТЕМЫ 1. Основные понятия. Характеристика курса «Деловые коммуникации»

1. Истоки формирования коммуникативного знания.
2. Теории коммуникационных процессов в обществе и организациях.
3. Основные понятия теории коммуникации.
4. Понятие делового общения.
5. Деловая и межличностная коммуникация. Общение и коммуникация.
6. Коммуникационный менеджмент.
7. Коммуникация как главный инструмент деловой сферы, коммуникация в бизнесе, политике, государственном и муниципальном управлении.

ТЕМЫ 2. Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия.

1. Коммуникация. Деловая коммуникация.
2. Модели коммуникации в организациях.

3. Факторы эффективной и неэффективной коммуникации, организационная структура информационного взаимодействия в организациях, стратегическая коммуникация в управлении организацией.
4. Виды и функции деловой коммуникации.
5. Понятие общения.
6. Виды общения: познавательное общение; убеждающее общение; экспрессивное общение; суггестивное общение; ритуальное общение.
7. Характеристики делового общения.

ТЕМА 3. Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации

1. Коммуникативные стили в менеджменте.
2. Индивидуальные и кросс-культурные особенности в стилях коммуникации. Жанры массовой и межличностной деловой коммуникации.
3. Моделирование и управление коммуникационным процессом.
4. Каналы деловой коммуникации.
5. Смысловое и эмоционально-чувственное наполнение коммуникации.
6. Символы и значения в коммуникации, денотация и коннотация, чтение и использование знаковых систем в деловом общении, интерпретация и контекст в информационном поле.

ТЕМА 4. Этика делового общения

1. Этические особенности различных форм передачи информации.
2. Культура поведения. Культура устной и письменной коммуникации.
3. Невербальный аспект этики делового общения.
4. Телефонная коммуникация.
5. Особенности общения по Интернету.
6. Деловой этикет.
7. Деловые переговоры: подготовка и проведение.
8. Деловые письма
9. Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений.
10. Корпоративный стиль и этика бизнеса.
11. Этика горизонтальной и вертикальной деловой коммуникации.
12. Психологический климат в трудовом коллективе.

ТЕМА 5. Барьеры в общении. Причины их возникновения.

1. Деловая коммуникация, как процесс.
2. Управленческое информационное воздействие
3. Цели деловой коммуникации и барьеры достижения целей.
4. Коммуникационные барьеры различных социальных групп.
5. Обратная связь.
6. Навыки преодоления коммуникативных барьеров.
6. Влияние типов личности на отношения партнеров.
7. Пути преодоления барьеров в общении.

ТЕМА 6. Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации

1. Установление контакта и эффект первого впечатления, влияние стереотипов на первое впечатление.
2. Слушание и мышление, техники фиксации информации.
3. Правила убеждения, обратная связь
4. Умение правильно формулировать вопросы и отвечать на них.
5. Правила поведения при некорректных вопросах и приёмы их нейтрализации.

6. Умение слушать. Трудности эффективного слушания: ошибки тех, кто слушает; внутренние помехи слушания; внешние помехи слушания.
7. Три уровня слушания. Виды слушания. Обратная связь в процессе слушания.
8. Публичная речь. Правила и параметры. Аудитория. Средства воздействия.

ТЕМА 7. Сознательное/бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении.

1. Сознательное и бессознательное в речевой коммуникации.
2. Попытка обмануть как особый вид речевой коммуникации.
3. Сигналы, выдающие неискренность и обман. Физиологические симптомы лжи собеседника.
4. Манипуляции в общении и их характеристики.
5. Стратегии манипуляторов.
6. Манипулятивные роли по Эрику Берну.
7. Распознавание эго-состояний.
8. Коммуникативные роли. Коммуникативные типы деловых партнеров

ТЕМА 8. Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж.

1. Правильно подобранный имидж как одно из слагаемых успеха в деловом общении.
2. Психологические особенности формирования имиджа.
3. Понятие «имиджа». Составляющие имиджа делового человека. Внешнее впечатление. Стиль и имидж.
4. Репутация. Понятие «репутации». Жанры формирования деловой репутации.
5. Создание гармоничного образа.
6. Деловые качества. Как сделать благоприятным первое впечатление о себе.
7. Факторы, влияющие на создание имиджа: фактор преимущества, фактор привлекательности, фактор отношения.
8. Соотнесение имиджа и репутации. Имиджмейкерство и репутационный менеджмент.
9. Формирование вербального имиджа: вербальный имидж как важнейшая составляющая имиджа делового человека; связь языка и интеллекта; манера представляться как элемент имиджа делового человека; техники формирования вербального имиджа.
10. Самопрезентация как важнейший элемент культуры менеджера. Типы деловых партнеров.

Учебно-методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельной работы

1) Учебно-методические рекомендации по изучению обучающимися вопросов, выносимых на самостоятельное изучение.

Виды и содержание самостоятельной работы студента по дисциплине:

- самостоятельная работа с книгой,
- самопроверка,
- консультации

2) Учебно-методические рекомендации по выполнению отдельных форм самостоятельной работы.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА С КНИГОЙ

Начинать изучение курса в целом или темы семинарского занятия необходимо с рассмотрения его содержания по программе, затем приступить к рассмотрению отдельных тем. Сначала знакомятся с содержащимися в данной теме вопросами, их последовательностью, а затем уже приступают к

изучению содержания темы. При первом чтении необходимо получить общее представление об излагаемых вопросах. При повторном чтении необходимо параллельно вести конспект, в который заносить все основные понятия и закономерности рассматриваемой темы, зависимости и их выводы; впервые встретившиеся термины с краткими пояснениями их сущности. По возможности старайтесь систематизировать материал, представляйте его в виде графиков, схем, диаграмм, таблиц - это облегчает запоминание материала и позволяет легко восстановить его в памяти при повторном обращении. Не старайтесь наполнить конспект отдельными фактами и цифрами, их всегда можно отыскать в соответствующих справочных материалах. Вникайте в сущность того или иного вопроса - это способствует более глубокому и прочному усвоению материала.

Переходить к изучению новой темы следует только после полного изучения теоретических вопросов, выполнения самопроверки и решения задач по предыдущей теме.

САМОПРОВЕРКА

Закончив изучение темы, ответьте на вопросы для самопроверки, которые акцентируют внимание на наиболее важных вопросах темы. При этом старайтесь не пользоваться конспектом или учебником. Частое обращение к конспекту показывает недостаточное усвоение основных вопросов темы. Необходимость частого обращения к учебнику показывает неумение правильно конспектировать основные понятия и закономерности темы. Внесите коррективы в конспект, который впоследствии поможет при повторении материала в период подготовки к экзамену.

КОНСУЛЬТАЦИИ

При возникновении затруднений при изучении теоретической части курса, ответов на вопросы для самопроверки или решении задач, следует обращаться за письменной или устной консультацией к преподавателю в институт. При этом необходимо точно указать вопрос, вызывающий затруднение, место в учебнике, где он разбирается.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Подготовка доклада направлена на развитие и закрепление у магистрантов навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Доклады должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы доклады, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем контрольной работы может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении магистрант кратко обосновывает актуальность избранной темы, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы. Основная часть разбивается на несколько параграфов.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и сделаны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (**источников и литературы**) студент включает только те документы, которые он использовал при написании контрольной работы. В тексте работы должны быть сделаны ссылки на источники.

В приложении (приложениях) к контрольной работе можно выносить таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте работы.

Доклады должны быть сданы в период обучения и до начала экзаменационной сессии. Магистры, не представившие в установленный срок доклады, либо не аттестованные, к сдаче экзаменационных работ допускаются.

Тематика докладов

7. Понятие коммуникации: виды, функции.
8. Основные модели и стили делового общения.
9. Коммуникативные каналы и средства деловой коммуникации.
10. Смысловое и эмоционально-чувственное наполнение деловой коммуникации.
11. Символы и значения в коммуникации, денотация и коннотация, интерпретация.
12. Этика устного, письменного и виртуального делового общения. Различия и особенности
13. Коммуникативные барьеры и причины их возникновения. Способы преодоления
14. Коммуникационные барьеры различных социальных и культурных групп. Способы преодоления
15. Телефонная коммуникация и общение по Интернету. Особенности.
16. Слушание. Виды и специфика.
17. Контакт. Установление и эффект первого впечатления. Влияние стереотипов.
18. Имидж и репутация. Сущность. Отличия. Особенности формирования. Соотнесение.
19. Коммуникация в организациях и менеджмент репутации.
20. Имидж в бизнесе, торговая марка, логотип, слоган, корпоративный web-сайт.
21. Корпоративный имидж. Построение имиджа компании.
22. Корпоративная культура.
23. Теория и практика переговорного процесса.
24. Гендерная коммуникация Общение с мужчинами. Особенности.
25. Гендерная коммуникация Общение с женщинами. Особенности.
26. Менеджмент репутации — «белые» и «черные» технологии.
27. Межкультурная коммуникация. Сущность и проблемы.
28. Этика как наука и явление духовной культуры.
29. Общение в профессиональной сфере, его функции и цели.
30. Средства профессионального общения.
31. Вербальные средства профессионального общения.
32. Невербальные средства профессионального общения.
33. Общение в профессиональной сфере как коммуникация (обмен информацией).
34. Проблема искажения информации в деловой коммуникации.
35. Коммуникативные барьеры общения, способы их преодоления.
36. Взаимопонимание в профессиональном общении (идентификация, эмпатия, рефлексия).
37. Критика. Функции. Виды, Приёмы использования и нейтрализации.
38. Комплимент. Функции. Правила применения.
39. Перцептивный аспект общения в профессиональной сфере.
40. Межкультурная коммуникация. Национальные особенности.
41. Способы влияния на партнера в общении.
42. Проблема точности межличностного восприятия.
43. Стили общения в профессиональной сфере.
44. Межкультурные коммуникации. Национальный характер.
45. Манипуляции в общении, их основные типы.
46. Защита от манипуляций. Контрманипуляция.
47. Управленческая и корпоративная этика.
48. Этика бизнеса в России: проблемы и перспективы.

49. Современная речевая этика.
50. Характер взаимоотношений руководителя и сотрудников с точки зрения деловой этики.

Рекомендации по подготовке доклада

Объем: не менее 7 страниц.

Количество использованных источников: не менее 3 за последние 3 года.

Процедура доклада:

- устное выступление,
- презентация с последующим обсуждением.

Критерии оценивания:

1 балл за каждый сданный и аттестованный доклад = суммарно 7 баллов (за весь семестр)

Методические рекомендации по написанию итоговой контрольной работы

Контрольная работа проводится на последнем семинаре обучения курса.

Каждому магистру распределяется вопрос. Время для написания контрольной работы - 20 минут.

Критерий оценивания: 0-8 баллов.

Тематика контрольной работы

1. Знаковые системы
2. Коммуникативные свойства культуры и роль языка.
3. Коммуникации в организациях.
4. Коммуникация в животном мире.
5. Невербальная коммуникация как выразительное средство кино и телевидения.
6. Основные гипотезы происхождения языка.
7. Социальная сущность, роль и функции социальных коммуникаций в современном обществе.
8. Объект и предмет теории коммуникации.
9. Основные методологические подходы в теории коммуникации.
10. Основные подходы к определению коммуникации, общее и особенное в определениях коммуникации, простейшая схема коммуникации.
11. Обобщенная технология коммуникационного поведения, жесткий и мягкий подход к пониманию сущности коммуникации.
12. Коммуникация, социальная коммуникация, социально-коммуникационное поведение. Сущность понятий. Сходство и различие.
13. Виды и типы социальных коммуникаций: методологические подходы и основные классификации.
14. Типология социальных коммуникаций по критериям типа канала, типа сообщения, эффекта, наличия обратной связи, по дополнительным критериям.
15. Понятие коммуникативной личности. Параметры коммуникативной личности.
16. Основные составляющие коммуникативного процесса.
17. Психологические аспекты делового общения.
18. Национальные особенности этических норм и делового общения при переговорах.
19. Деловые переговоры при организации рекламной кампании и деловое общение.
20. Атрибуты делового общения, вопросы протокольного старшинства.
21. Этические аспекты и практика вручения подарков в деловом общении.
22. Виды и особенности деловых приемов и презентаций и деловой этикет.
23. Деловое общение, презентации и реклама.
24. Письменная коммуникация в структуре делового общения.

25. Влияние имиджа на эффективность делового взаимодействия.
26. Эффективная презентация и деловой протокол.
27. Речь в межличностных, общественных и деловых отношениях.
28. Логические и психологические приемы полемики.
29. Особенности телефонной (электронной и т.д.) коммуникации и деловые отношения.
30. Управление деловыми конфликтами
31. Факторы успеха в проведении делового совещания.
32. Речевые коммуникации в деловых переговорах.
33. Электронные средства коммуникации и их использование в деловом взаимодействии.

Методические рекомендации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами по освоению дисциплины (модуля)

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы деятельности: самостоятельная работа по освоению и закреплению материала; индивидуальная учебная работа в контактной форме предполагающая взаимодействие с преподавателем (в частности, консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся.

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья возможно

- использование специальных технических и иных средств индивидуального пользования, рекомендованных врачом-специалистом;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь.

На лекционном занятии рекомендуется использовать звукозаписывающие устройства и компьютеры, как способ конспектирования.

Для освоения дисциплины (в т.ч. подготовки к занятиям, при самостоятельной работе) лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляется возможность использования учебной литературы в виде электронного документа в электронно-библиотечной системе Book.ru имеющей специальную версию для слабовидящих; обеспечивается доступ к учебно-методическим материалам посредством СЭО «Фемида»; доступ к информационным и библиографическим ресурсам посредством сети «Интернет».

5.3. Информационное обеспечение изучения дисциплины (модуля)

Информационные, в том числе электронные ресурсы Университета, а также иные электронные ресурсы, необходимые для изучения дисциплины (модуля):

№ п./п.	Наименование	Адрес в сети Интернет
	Электронные библиотечные системы*	
1.	ZNANIUM.COM	http://znanium.com Основная коллекция и коллекция издательства Статут 2
2.	ЭБС ЮРАЙТ	www.biblio-online.ru коллекция РГУП
3.	ЭБС «BOOK.ru»	www.book.ru

		коллекция издательства Проспект Юридическая литература; коллекции издательства Кнорус Право, Экономика и Менеджмент
4.	East View Information Services	www.ebiblioteka.ru Универсальная база данных периодики (электронные журналы)
5.	НЦР РУКОНТ	http://rucont.ru/ Раздел Ваша коллекция - РГУП-периодика (электронные журналы)
6.	Oxford Bibliographies	www.oxfordbibliographies.com модуль Management -аспирантура Экономика и модуль International Law- аспирантура Юриспруденция
7.	Информационно-образовательный портал РГУП	www.op.rai.ru электронные версии учебных, научных и научно-практических изданий РГУП
8.	Система электронного обучения Фемида	www.femida.raj.ru Учебно-методические комплексы, Рабочие программы по направлению подготовки
9.	Правовые системы	Гарант, Консультант, Кодекс
10.	иное по необходимости	

Основная и дополнительная литература указана в Карте обеспеченности литературой.

6. Материально-техническое обеспечение

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются специальные помещения. Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин. Демонстрационное оборудование представлено в виде мультимедийных средств. Учебно-наглядные пособия представлены в виде экранно-звуковых средств, печатных пособий, слайд-презентаций, видеофильмов, макетов и т.д., которые применяются по необходимости в соответствии с темами (разделами) дисциплины.

Для самостоятельной работы обучающихся помещения оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Предусмотрены помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Перечень специальных помещений ежегодно обновляется и отражается в справке о материально-техническом обеспечении основной образовательной программы.

Состав необходимого комплекта лицензионного программного обеспечения ежегодно обновляется, утверждается и отражается в справке о материально-техническом обеспечении основной образовательной программы.

п/п	Наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Деловые коммуникации	Аудитория № 107 - для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (либо аналог)

Карта обеспеченности литературой

Кафедра Экономики

Направление подготовки (специальность): Менеджмент

Профиль (специализация): Управление недвижимостью

Дисциплина: Деловые коммуникации

Наименование, Автор или редактор, Издательство, Год издания, кол-во страниц	Э (указат
1	
Основная литература	
Лисс, Э. М. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 343 с. - ISBN 978-5-394-04253-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1231996 (дата обращения: 16.04.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1231996
Папкова, О. В. Деловые коммуникации : учебник / О.В. Папкова. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 160 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-9558-0301-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1758027 (дата обращения: 16.04.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1758027
Дополнительная литература	
Кривокора, Е. И. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.И. Кривокора. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2368. - ISBN 978-5-16-004277-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1819407 (дата обращения: 16.04.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1819407
Грибов, В. Д. Теория менеджмента : учебное пособие / В. Д. Грибов, В. Р. Веснин. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 357 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009193-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1210718 (дата обращения: 16.04.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1210718
Основы менеджмента : учебное пособие / Я.Ю. Радюкова, М.В. Беспалов, В.И. Абдукаримов [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 297 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/24007. - ISBN 978-5-16-012479-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1853499 (дата обращения: 16.04.2023). – Режим доступа: по подписке.	https://znanium.com/catalog/product/1853499

Зав. библиотекой



Зав.кафедрой _____

Электронные ресурсы

Вид занятий	Наименование	Создатель электронного ресурса	URL-адрес ресурса	Режим доступа
1	2	3	5	6
Лекция /практич.зан./самост.работ а	eLIBRARY.RU - электронная библиотека научных публикаций	Российский фонд фундаментальных исследований	http://elibrary.ru	свободный
Лекция /практич.зан./самост.работ а	Информационно-правовой портал «Гарант»	ООО «НПП ГАРАНТ-СЕРВИС»	http://www.garant.ru/	свободный
Лекция /практич.зан./самост.работ а	Википедия	Свободная энциклопедия	https://ru.wikipedia.org/wiki/	свободный
Лекция /практич.зан./самост.работ а	Общероссийская сеть распространения правовой информации "Консультант Плюс".	Компания «Консультант Плюс»	http://www.consultant.ru/	свободный

8. Фонд оценочных средств

8.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю).

№п.п.	Раздел дисциплины, тема	Код компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Основные понятия. Характеристика курса «Деловые коммуникации»	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	Устный опрос. Доклады, тестирование.
2.	Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия.	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	Устный опрос. Доклады, тестирование.
3.	Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	Устный опрос. Доклады, тестирование.
4.	Этика делового общения	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	Устный опрос. Доклады, тестирование.
5.	Барьеры в общении. Причины их возникновения.	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	Доклады, тестирование
6.	Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	Доклады, тестирование
7.	Сознательное/бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении.	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	Доклады, тестирование
8.	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж.	УК-3 ОПК-3 ОПК-4	Доклады, тестирование

8.2.Оценочные средства

Вопросы для занятий семинарского типа (семинаров, коллоквиумов)

1. Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством (наименование, код):

№ п/п	Код компетенции	Название
1	ИУК-3.1	Анализирует основные приемы и нормы социального взаимодействия, основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии
2	ИУК-3.2	Устанавливает и поддерживает контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе, применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды
	ИУК-3.3	Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат
3	ИОПК-3.1	Разрабатывать и реализовывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости
4	ИОПК-3.2	Формулировать логично и системно, и обосновывать организационно-управленческие решения в сфере менеджмента и управления недвижимостью, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку результативности
5	ИОПК-4.1	Создавать проектные команды и временные рабочие группы в целях реализации проектов в сфере профессиональной деятельности и осуществлять руководство их деятельностью
6	ИОПК-4.2	Разрабатывать бизнес-планы на основе выявленных новых рыночных возможностей
7	ИОПК-4.3	На основе современных методов разрабатывать оптимальные стратегии развития бизнеса организации, планировать инновационные преобразования и реформы в области менеджмента.

ТЕМЫ 1. Основные понятия. Характеристика курса «Деловые коммуникации»

№ п/п	Вопросы	Код компетенции (части) компетенции
1.	1. Истоки формирования коммуникативного знания. 2. Теории коммуникационных процессов в обществе и организациях. 3. Основные понятия теории коммуникации. 4. Понятие делового общения. 5. Деловая и межличностная коммуникация. Общение и коммуникация. 6. Коммуникационный менеджмент. 7. Коммуникация как главный инструмент деловой сферы, коммуникация в бизнесе, политике, государственном и муниципальном управлении.	ИУК-3.1.

ТЕМЫ 2. Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия.

№ п/п	Вопросы	Код компетенции (части) компетенции
1.	1. Коммуникация. Деловая коммуникация. 2. Модели коммуникации в организациях. 3. Факторы эффективной и неэффективной коммуникации, организационная структура информационного взаимодействия в организациях, стратегическая коммуникация в управлении организацией. 4. Виды и функции деловой коммуникации. 5. Понятие общения. 6. Виды общения: познавательное общение; убеждающее общение; экспрессивное общение; суггестивное общение; ритуальное общение. 7. Характеристики делового общения.	ИУК-3.2

ТЕМА 3. Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации

№ п/п	Вопросы	Код компетенции (части) компетенции
1.	1. Коммуникативные стили в менеджменте. 2. Индивидуальные и кросс-культурные особенности в стилях коммуникации. Жанры массовой и межличностной деловой коммуникации. 3. Моделирование и управление коммуникационным процессом. 4. Каналы деловой коммуникации. 5. Смысловое и эмоционально-чувственное наполнение коммуникации. 6. Символы и значения в коммуникации, денотация и коннотация, чтение и использование знаковых систем в деловом общении, интерпретация и контекст в информационном поле.	ИОПК-3.1.

ТЕМА 4. Этика делового общения

№ п/п	Вопросы	Код компетенции (части) компетенции
1.	1. Этические особенности различных форм передачи информации. 2. Культура поведения. Культура устной и письменной коммуникации. 3. Невербальный аспект этики делового общения. 4. Телефонная коммуникация. 5. Особенности общения по Интернету. 6. Деловой этикет. 7. Деловые переговоры: подготовка и проведение.	ИОПК-3.2.

	8. Деловые письма 9. Служебное общение. Правила служебных взаимоотношений. 10. Корпоративный стиль и этика бизнеса. 11. Этика горизонтальной и вертикальной деловой коммуникации.	
--	--	--

12. Психологический климат в трудовом коллективе.

2. Критерии оценки устного опроса:

Отвечает верно	12 балла
Отвечает с незначительными неточностями	6 балла
Отвечает с ошибками, которые при дополнительных вопросах исправляет	2 балл
Не может ответить	0 баллов

Комплект заданий для контрольной работы
по дисциплине «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

1. Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством (наименование, код):

№ п/п	Код компетенции	Название
1	ИУК-3.1	Анализирует основные приемы и нормы социального взаимодействия, основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии
2	ИУК-3.2	Устанавливает и поддерживает контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе, применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды
	ИУК-3.3	Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат
3	ИОПК-3.1	Разрабатывать и реализовывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости
4	ИОПК-3.2	Формулировать логично и системно, и обосновывать организационно-управленческие решения в сфере менеджмента и управления недвижимостью, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку результативности
5	ИОПК-4.1	Создавать проектные команды и временные рабочие группы в целях реализации проектов в сфере профессиональной деятельности и осуществлять руководство их деятельностью
6	ИОПК-4.2	Разрабатывать бизнес-планы на основе выявленных новых рыночных возможностей
7	ИОПК-4.3	На основе современных методов разрабатывать оптимальные стратегии развития бизнеса организации, планировать инновационные преобразования и реформы в области менеджмента.

№ п/п	Задание, вариант №1	Код компетенции (части) компетенции
1.	<p>Чем вызвана потребность современной экономической системы в стратегическом менеджменте?</p> <p>Сформулируйте основные принципы новой управленческой парадигмы и ее отличие от традиционной, рационалистской.</p> <p>Что такое СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ? Какие задачи оно решает?</p> <p>Что является конечным продуктом стратегического планирования на макро- и микроэкономическом уровне?</p> <p>Факторы, ограничивающие использование стратегического менеджмента на российском рынке.</p> <p>В чем суть системного подхода как методологической основы стратегического менеджмента?</p> <p>Каковы сущность и содержание социально-экономической системы как объекта стратегического менеджмента?</p> <p>Назовите основные признаки и свойства социально-</p>	<p>УК-3</p> <p>ОПК-3</p> <p>ОПК-4</p>

<p>экономической системы.</p> <p>Раскройте основные элементы логической модели стратегического менеджмента. В чем сущность индикативного и директивного планирования?</p> <p>Чем характеризуется производственная система (организация) как объект стратегического менеджмента.</p> <p>Какие ресурсы образуют производственную систему? Суть особого вида ресурсов.</p> <p>Понятие Стратегической Бизнес Единицы. Каковы общие признаки SBU?</p> <p>Какие требования предъявляются к структуре управления организацией, ориентированной на стратегический менеджмент?</p> <p>Назовите основные элементы структуры управления, базирующейся на концепции SBU. Какие сильные и слабые стороны свойственны данной структуре организации?</p> <p>На какие стадии можно разделить процесс планирования в экономической организации?</p> <p>Определение конкуренции с точки зрения рыночной структуры. Виды конкуренции.</p> <p>Что понимают под конкурентным преимуществом организации? Изложите динамику взглядов на сравнительное преимущество.</p> <p>Что характеризует «национальный ромб»? В чем состоят особенности «национального ромба» современной России?</p> <p>Как взаимодействуют детерминанты «национального ромба» с деятельностью законодательной и исполнительной власти?</p> <p>Что можно отнести к общим факторам производства? Приведите примеры общих и узкоспециализированных факторов производства применительно к наиболее известной Вам отрасли промышленности.</p> <p>Какова роль случайных событий в формировании условий для конкурентного преимущества организации той или иной страны?</p> <p>В чем сущность социально-экономического прогнозирования и его роль в стратегическом менеджменте?</p> <p>Какие основные требования предъявляются к информационной базе прогнозирования?</p> <p>Какие проблемы возникают при агрегировании информации?</p> <p>В чем отличие фактографических от экспертных методов прогнозирования экономической конъюнктуры? В каком случае возможно применение формальных методов прогнозирования?</p> <p>Какие основные недостатки присущи системе социально-экономических индикаторов?</p> <p>Покажите связь между экономической стратегией и маркетингом как принципом управления предприятия.</p> <p>В чем суть процесса стратегического планирования, построенного по циклическому принципу?</p>	
--	--

	<p>Что оказывает определяющее влияние на направленность экономической стратегии?</p> <p>В чем сущность экономической стратегии с позиций сокращения транзакционных издержек?</p>	
--	--	--

№ п/п	Задание, вариант №2	Код компетенции (части компетенции)
1.	<p>Что такое «портфель рыночных транзакций»?</p> <p>Что является основным атрибутом экономической стратегии?</p> <p>Перечислите основные составляющие экономической стратегии.</p> <p>Назовите основные составляющие макросреды организации. Какие факторы (показатели) макросреды необходимо учитывать при стратегическом анализе макросреды?</p> <p>Состав микросреды организации. Какими функциональными областями определяется внутренняя среда организации?</p> <p>Состав среды ближайшего окружения. Какие элементы относят к категории «контактные аудитории»?</p> <p>Назовите пять конкурентных сил (по М. Портеру). Что определяет эти силы?</p> <p>Дайте характеристику основных черт конкурентных взаимодействий фирм. Что понимают под «центральным рингом» конкурентной борьбы?</p> <p>Что такое «стратегическая группа конкурентов»? Приведите примеры из наиболее известной Вам отрасли промышленности.</p> <p>Как с помощью матрицы стратегического потенциала определить направления его совершенствования?</p> <p>Содержание и предпосылки базовых стратегий, по мнению М. Портера. По каким критериям различают базовые конкурентные стратегии?</p> <p>Какую из базовых конкурентных стратегий выбрать за основу руководству организации, при разработке своей экономической стратегии? От чего зависит этот выбор?</p> <p>Какие стратегии роста, по отношению к базовому рынку, выделяет И.Ансофф? В чем смысл стратегий роста по отношению к производственной цепочке?</p> <p>С какой из базовых стратегий М.Портера совпадает предложенная Ф.Котлером «стратегия специалиста», в чем смысл этих двух стратегий?</p> <p>Какова концепция контроллинга как системы антикризисного управления предприятием?</p> <p>Каковы основные цели и задачи стратегического контроллинга?</p> <p>Каковы отличительные особенности оперативного контроллинга?</p> <p>Определите основные оценочные и подконтрольные показатели деятельности предприятия, используемые</p>	<p>УК-3</p> <p>ОПК-3</p> <p>ОПК-4</p>

	<p>при оперативном контроллинге.</p> <p>В чем особенности и преимущества системы управления затратами по суммам покрытия по сравнению с управлением по полной себестоимости?</p> <p>В чем сущность и какова схема разработки «следящей» системы контроллинга на предприятии?</p> <p>От чего зависит глубина кризисного состояния организации и продолжительность периода, в течении которого оно протекает?</p> <p>Опишите схему действия механизма возникновения кризисного состояния организации.</p> <p>Постройте цепочку экономических явлений, приводящую к кризисному состоянию, исходным явлением которой является: «Сокращение предложения сырьевых ресурсов и материалов». Выделите в цепочке контрольные точки, за которыми следует установить наблюдение.</p> <p>Когда организация считается ликвидной? Могут ли основные средства быть источником погашения текущей задолженности?</p> <p>Каковы отличия защитной и наступательной реакции организации на кризисное состояние?</p> <p>Укажите возможные индикаторы риска при анализе инвестиционного проекта.</p>	
--	---	--

2.Критерии оценки:

Отвечает верно	12 балла
Отвечает с незначительными неточностями	6 балла
Отвечает с ошибками, которые при дополнительных вопросах исправляет	2 балл
Не может ответить	0 баллов

Темы докладов

по дисциплине «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

1. Перечень компетенций:

№ п/п	Код компетенции	Название
1	ИУК-3.1	Анализирует основные приемы и нормы социального взаимодействия, основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии
2	ИУК-3.2	Устанавливает и поддерживает контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе, применяет основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды
	ИУК-3.3	Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат
3	ИОПК-3.1	Разрабатывать и реализовывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости
4	ИОПК-3.2	Формулировать логично и системно, и обосновывать организационно-управленческие решения в сфере менеджмента и управления недвижимостью, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку результативности
5	ИОПК-4.1	Создавать проектные команды и временные рабочие группы в целях реализации проектов в сфере профессиональной деятельности и осуществлять руководство их деятельностью
6	ИОПК-4.2	Разрабатывать бизнес-планы на основе выявленных новых рыночных возможностей
7	ИОПК-4.3	На основе современных методов разрабатывать оптимальные стратегии развития бизнеса организации, планировать инновационные преобразования и реформы в области менеджмента.

2. Перечень тем докладов:

Тематика докладов

1. Понятие коммуникации: виды, функции.
2. Основные модели и стили делового общения.
3. Коммуникативные каналы и средства деловой коммуникации.
4. Смысловое и эмоционально-чувственное наполнение деловой коммуникации.
5. Символы и значения в коммуникации, денотация и коннотация, интерпретация.
6. Этика устного, письменного и виртуального делового общения. Различия и особенности
7. Коммуникативные барьеры и причины их возникновения. Способы преодоления
8. Коммуникационные барьеры различных социальных и культурных групп. Способы преодоления
9. Телефонная коммуникация и общение по Интернету. Особенности.
10. Слушание. Виды и специфика.
11. Контакт. Установление и эффект первого впечатления. Влияние стереотипов.
12. Имидж и репутация. Сущность. Отличия. Особенности формирования. Соотнесение.

13. Коммуникация в организациях и менеджмент репутации.
14. Имидж в бизнесе, торговая марка, логотип, слоган, корпоративный web-сайт.
15. Корпоративный имидж. Построение имиджа компании.
16. Корпоративная культура.
17. Теория и практика переговорного процесса.
18. Гендерная коммуникация Общение с мужчинами. Особенности.
19. Гендерная коммуникация Общение с женщинами. Особенности.
20. Менеджмент репутации — «белые» и «черные» технологии.
21. Межкультурная коммуникация. Сущность и проблемы.
22. Этика как наука и явление духовной культуры.
23. Общение в профессиональной сфере, его функции и цели.
24. Средства профессионального общения.
25. Вербальные средства профессионального общения.
26. Невербальные средства профессионального общения.
27. Общение в профессиональной сфере как коммуникация (обмен информацией).
28. Проблема искажения информации в деловой коммуникации.
29. Коммуникативные барьеры общения, способы их преодоления.
30. Взаимопонимание в профессиональном общении (идентификация, эмпатия, рефлексия).
31. Критика. Функции. Виды, Приёмы использования и нейтрализации.
32. Комплимент. Функции. Правила применения.
33. Перцептивный аспект общения в профессиональной сфере.
34. Межкультурная коммуникация. Национальные особенности.
35. Способы влияния на партнера в общении.
36. Проблема точности межличностного восприятия.
37. Стили общения в профессиональной сфере.
38. Межкультурные коммуникации. Национальный характер.
39. Манипуляции в общении, их основные типы.
40. Защита от манипуляций. Контрманипуляция.
41. Управленческая и корпоративная этика.
42. Этика бизнеса в России: проблемы и перспективы.
43. Современная речевая этика.
44. Характер взаимоотношений руководителя и сотрудников с точки зрения деловой этики.

Рекомендации по подготовке рефератов (эссе, докладов, сообщений)

Объем: не менее 7 страниц.

Количество использованных источников: не менее 3 за последние 3 года.

Процедура доклада:

- устное выступление,
- презентация с последующим обсуждением.

Критерии оценивания:

1 балл за каждый сданный и аттестованный доклад = суммарно 7 баллов (за весь семестр)

Тестовые задания

F1: Деловые коммуникации (для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент»)

F2: Нуртдинов Альберт Равилевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики

I:

S: Обмен информацией между людьми – это

+: коммуникативная сторона общения

-: интерактивная сторона общения

-: перцептивная сторона общения

I:

S: К невербальной коммуникации НЕ относится:

-: жесты, мимика, позы

+: речь

-: прикосновения, пожатие руки, объятия, поцелуи

I:

S: Основоположителем «теории обмена» является:

+: Дж.Хоманс

-: Дж. Мид

-: Г.Блумер

I:

S: Основоположителем теории «управление впечатлениями» является:

-: Л.И.Уманский

-: Г.Блумер

+: Э.Гофман

I:

S: Механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению называется:

-: эмпатия

+: рефлексия

-: идентификация

I:

S: Термин “коммуникация” появился в научной литературе

+: в начале XX в.

-: в начале XXI в.

-: в конце XIX в.

I:

S: Член общества, находящийся в постоянном контакте с людьми и выступающий посредником между средствами массовой информации и коммуникантом называется:

-: Менеджер по связям с общественностью

+: Лидер мнений (ключевой коммуникатор)

-: Имиджмейкер

I:

S: Три типа харизматической личности: герой, антигерой, мистическая личность выделил:

-: Э.Фромм

+: Д. Голдхаберг

-: А.Адлер

I:

S: Вызвать у делового партнера определенные чувства и сформировать ценностные ориентации и установки; убедить в правомерности стратегий взаимодействия; сделать своим единомышленником – это является целью:

-: убеждающей коммуникации

+ : экспрессивней коммуникации

- : познавательней коммуникации

I:

S: Оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения – это цель:

- : ритуальной коммуникации

- : экспрессивной коммуникации

+ : суггестивной коммуникации

I:

S: Надо говорить четко, внятно, достаточно громко. Препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (дикция, интонация, логические ударения и т.д.):

+ : фонетический барьер

- : логический барьер

- : семантический барьер

I:

S: Осмысленное высказывание, проверка и уточнение понимания, выяснение степени его адекватности сказанному. Данный вид слушания наиболее эффективен при деловом общении и называется:

+ : активное рефлексивное слушание

- : нереплексивное слушание

- : эмпатическое слушание

I:

S: Основоположителем «теории ролей» является:

+ : Э.Берн

- : А.Адлер

- : Г.Блумер

I:

S: Раздел риторики, античное учение о стиле:

- : диспозиция

- : мемория

+ : элокуция

I:

S: Речь, призывающая к действию: новому, к продолжению или прекращению прежнего:

- : эпидейктическая

- : информационная

+ : агитационная

I:

S: Языковая игра – это ...

- : намеренное нарушение норм речевого поведения

- : названия общеизвестных событий, имена или тексты, которые говорящие (пишущие) воспроизводят в своей речи

+ : тексты, содержащие цитаты, сравнения, [метафоры](#), [перифразы](#) и т. д.

I:

S: Категория убеждения в риторике, апеллирующая к эмоциям аудитории:

- : логос

+ : пафос

- : этос

I:

S: Невербальные сигналы, свидетельствующие о готовности вашего собеседника к общению:

- : закрытая поза, суженные зрачки глаз

+ : открытая поза, поворот тела и носка ноги в вашем направлении

- : поворот тела и носка ноги в сторону от вас

I:

S: Языковые приметы научного стиля:

+ : Строгость, использование терминов

- : образность

- : экспрессивность

I:

S: Приятие личности собеседника, проявление уважения к нему, вне зависимости от его достоинств и недостатков – одна из установок ### тактики общения:

- : директивной

+ : понимающей

- : принижающе - уступчивой

I:

S: Речь, призывающая к действию: новому, к продолжению или прекращению прежнего:

+ : агитационная

- : информационная

- : воодушевляющая

I:

S: Раздел риторики, рассматривающий вопросы пластического решения произносимой речи

+ : акция

- : диспозиция

- : инвенция

I:

S: Интерактивная сторона общения состоит в:

- : обмене информацией между людьми;

+ : обмене не только информацией, но еще и действиями;

- : включают процесс восприятия друг друга партнерами по общению

I:

S: Помехи и искажения в процессе коммуникации, препятствующие достижению заданного результата, называются:

- : деструкцией

- : диссонансом

+ : шумом

- : дисгармонией

I:

S: Создатель сообщений - это

- : получатель

+ : источник

- : канал

I:

S: Стиль коммуникаций, основанный на поиске взаимного согласия сторон общения по поводу результирующих действий:

- : обвинительный стиль;

- : директивный стиль;

+ : демократический стиль

I:

S: Знако - символические средства – это

+ : нумерология

- : сенсорика

- : выразительные движения

I:

S: Оптико - кинетические средства – это

- : аускультация

+: выразительные движения

-: системология

I:

S: Пространственно - временные средства – это

-: предметы, окружающие человека в жизни

-: чувственное восприятие человека другой культуры

+: расположение собеседников и дистанция между ними

I:

S: Из всех дистанций в общении является самой важной и охраняемой человеком, проникнуть в эту зону позволяет самым близким людям:

+: интимная

-: социальная

-: личная

I:

S: Руки сведены за спину, при этом одна сжимает другую или когда человек, сидящий на стуле, вцепился руками в подлокотники:

-: жесты оценки

+: жесты самоконтроля

-: жесты расположения

I:

S: Конфликты, при которых разрушаются межличностные связи, резко снижается эффективность работы, а решение проблемы становится невозможным:

+: Деструктивные конфликты

-: Конструктивные конфликты

-: Не подходит ни один вариант из предложенных

I:

S: НЕ существует деловых совещаний типа:

-: совещания по планированию

+: совещания по выбору сотрудников

-: совещания по мотивации труда

I:

S: Процесс двустороннего обмена информацией, ведущий к взаимному пониманию:

+: Коммуникация

-: Конфликт

-: Лекция

I:

S: В коммуникационном процессе этапов:

+: 4

-: 7

-: 5

I:

S: В списке: Фонетическое непонимание, Семантическое непонимание, Стилистическое непонимание НЕ хватает барьера:

+: Логического

-: Психологического

-: Физического

I:

S: Обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками – это функция:

-: социально-практическая

-: гносеологическая

+: нормативная

I:

S: Функция деловой коммуникации - передача конкретных способов деятельности называется:

- : интегративная
- +: трансляционная
- : самопрезентация

I:

S: Наилучшим образом показать свои профессионально важные деловые и личные качества – это основная задача:

- +: самопрезентации
- : социализации
- : социального контроля

I:

S: Основная задача делового общения:

- +: продуктивное сотрудничество;
- : строгое регулирование иерархического соположения управляющего и управляемого
- : налаживание межличностных контактов
- : поиски «нужных» людей для решения производственных вопросов
- : поиски «нужных» людей для решения личных и производственных вопросов

I:

S: Дейл Карнеги возводит в важнейший закон человеческого поведения правило:

- +: говорите о том, что интересует вашего собеседника
- : внушайте собеседнику сознание его значимости и делайте это искренне
- : поощряйте других говорить о себе
- : искренне интересуйтесь другими людьми
- : улыбайтесь

I:

S: С интровертами затруднено общение потому что:

- : они стремятся проникнуться проблемами другого
- +: их трудно переключить с собственного, внутреннего хода мыслей на диалог;
- : они вспыльчивы и порой агрессивны
- : внешне излишне эмоциональны
- : они беззаботны, оптимистичны

I:

S: Фактором, отрицательно влияющим на атмосферу общения при первой встрече, может быть:

- +: очки с затемненными стеклами
- : располагающий взгляд
- : приветливость
- : доброжелательная улыбка
- : строгий деловой костюм

I:

S: В подготовку к переговорам не входит

- : выявление области взаимных интересов
- : установление рабочих отношений с партнером
- +: установление нерабочих отношений с партнером
- : решение организационных вопросов (повестка дня, место и время встречи)
- : нахождение общего подхода и подготовка переговорной позиции

I:

S: Цветовая гамма помещения создающая атмосферу доминирования хозяев и не позволяющая гостям чувствовать себя непринужденно:

- +: синяя

- : зеленая
- : желтая
- : серая
- : бежевая

I:

S: Слушать собеседника мешает:

- : внимание;
- : дружелюбие;
- +: критичность,
- : активность;
- : заинтересованность.

I:

S: При ведении переговоров с иностранными партнерами необходимо:

- : неукоснительно соблюдать традиции и правила поведения страны-партнера
- : соблюдать правила и традиции своей страны
- : соблюдать правила поведения и традиции страны- партнера, если они Вам нравятся
- : обращать внимание только на решение деловых вопросов, даже, если это противоречит этическим нормам
- +: придерживаться единых международных норм и правил

I:

S: Правильный вариант завершения утверждения «дистанция, на которой разговаривают собеседники»

- +: очень символична и зависит от многих факторов
- : вообще не имеет значения
- : зависит только от национальных особенностей
- : зависит только от взаимоотношений собеседников
- : зависит только от пола собеседников

I:

S: Вид улыбки наиболее уместный в деловом общении:

- : заискивающая
- +: адекватная ситуации
- : презрительная
- : ироничная
- : насмешливая

I:

S: Контакт глаз собеседников означает:

- : они боятся друг друга
- : они не доверяют друг другу
- : разговор их мало интересует
- : просьбу не перебивать, ещё не всё сказано
- +: доверие собеседников друг другу

I:

S: Дистанция в деловом общении, по мнению американцев должна быть:

- : 90 см;
- : 25 см;
- +: 1 м 20 см;
- : 15 см.

-: не имеет значения.

I:

S: Средство невербального общения слушающего поощряющего говорящего к продолжению разговора:

- : увеличение дистанции слушающим собеседником
- : очень широкая улыбка
- : постоянное сокращение дистанции во время разговора
- +: заинтересованный взгляд с нечастыми кивками головой
- : частый отвод взгляда в сторону

I:

S: Равноправие участников деловой встречи, свободный обмен мнениями и взгляда подразумевает беседа:

- : за "Т" - образным столом
- +: за круглым столом
- : за прямоугольным столом
- : за журнальным столиком
- : за любым из перечисленных

I:

S: Чтобы избежать ошибок поведения необходимо придерживаться правила:

- : притворяйтесь, что слушаете;
- +: не задавайте слишком много вопросов
- : будьте излишне чувствительны к эмоциональным словам
- : всегда давайте советы, даже если вас об этом не просят
- : воздерживайтесь от высказывания своих мыслей

I:

S: Весьма привлекательные в деловом мире черты:

- +: надежность, фундаментальность, стабильность
- : бесцеремонность, расхлябанность
- : невнимание к окружающим, невоспитанность
- : конфликтность
- : подхалимство

I:

S: Этикет, предписывающий нормы поведения на улице, в гостях, в театре, в общественных местах относится к виду этикета:

- : деловому
- +: общегражданскому
- : воинскому
- : дипломатическому
- : придворному

I:

S: Входя в комнату, где сидят подчиненные, руководитель:

- : не здоровается ни с кем
- +: первым здоровается со всеми
- : первыми здороваются подчиненные, а начальник обменивается со всеми рукопожатиями
- : здоровается первым, сотрудники отвечают, вставая
- : сотрудники здороваются и подают руку первыми

**КАЗАНСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»**

Кафедра экономики

**Вопросы, выносимые на дифференцированный зачет
по дисциплине «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

1. Понятие коммуникации: виды, функции.
2. Основные модели и стили делового общения.
3. Коммуникативные каналы и средства деловой коммуникации.
4. Смысловое и эмоционально-чувственное наполнение деловой коммуникации.
5. Символы и значения в коммуникации, денотация и коннотация, интерпретация.
6. Этика устного, письменного и виртуального делового общения. Различия и особенности
7. Коммуникативные барьеры и причины их возникновения. Способы преодоления
8. Коммуникационные барьеры различных социальных и культурных групп. Способы преодоления
9. Телефонная коммуникация и общение по Интернету. Особенности.
10. Слушание. Виды и специфика.
11. Контакт. Установление и эффект первого впечатления. Влияние стереотипов.
12. Имидж и репутация. Сущность. Отличия. Особенности формирования. Соотнесение.
13. Коммуникация в организациях и менеджмент репутации.
14. Имидж в бизнесе, торговая марка, логотип, слоган, корпоративный web-сайт.
15. Корпоративный имидж. Построение имиджа компании.
16. Корпоративная культура.
17. Теория и практика переговорного процесса.
18. Гендерная коммуникация Общение с мужчинами. Особенности.
19. Гендерная коммуникация Общение с женщинами. Особенности.
20. Менеджмент репутации — «белые» и «черные» технологии.
21. Межкультурная коммуникация. Сущность и проблемы.
22. Этика как наука и явление духовной культуры.
23. Общение в профессиональной сфере, его функции и цели.
24. Средства профессионального общения.
25. Вербальные средства профессионального общения.
26. Невербальные средства профессионального общения.
27. Общение в профессиональной сфере как коммуникация
28. Проблема искажения информации в деловой коммуникации.
29. Коммуникативные барьеры общения, способы их преодоления.
30. Взаимопонимание в профессиональном общении (идентификация, эмпатия, рефлексия).
31. Критика. Функции. Виды, Приёмы использования и нейтрализации.
32. Compliment. Функции. Правила применения.
33. Перцептивный аспект общения в профессиональной сфере.
34. Межкультурная коммуникация. Национальные особенности.
35. Способы влияния на партнера в общении.
36. Проблема точности межличностного восприятия.
37. Стили общения в профессиональной сфере.

38. Межкультурные коммуникации. Национальный характер.
39. Манипуляции в общении, их основные типы.
40. Защита от манипуляций. Контрманипуляция.
41. Управленческая и корпоративная этика.
42. Этика бизнеса в России: проблемы и перспективы.
43. Современная речевая этика.
44. Характер взаимоотношений руководителя и сотрудников с точки зрения деловой этики.

Критерии оценивания

Оценка знаний студентов очно-заочной формы обучения осуществляется в соответствии с Положением «О рейтинговой системе оценки успеваемости студентов».

В зачетную книжку выставляется оценка за изучение дисциплины в течение года: сумма баллов за работу в течение семестра и баллов, полученных студентом на дифференцированном зачете.

Максимально студент может набрать по дисциплине «Статистика» 100 баллов.

За работу в семестре студенту максимально может быть начислено 40 баллов.

За ответ на дифференцированном зачете студент может получить максимально 60 баллов.

Виды оценочной деятельности студента очной (заочной) формы обучения за учебный год:

Критерии	Баллы
Посещаемость учебных занятий	До 10
Работа студента в семестре (ответы на семинарах, подготовка индивидуальных заданий)	До 10 До 20
Контрольная работа	
Дифференцированный зачет	До 60
Итого	До 100

Обучающийся, набравший менее 21 балла по результатам текущей аттестации, считается не выполнившим учебный план, установленный локальным актом Университета, и в ведомости промежуточной аттестации по дисциплине выставляется: в колонке «зачет/экзамен» проставляется «-», в колонке «итога» - общее количество баллов, а в колонке «оценка» - «не зачтено/неудовлетворительно».

Обучающийся, набравший менее 21 балла по результатам текущей аттестации по причине отсутствия баллов за контрольную работу и вследствие этого получивший оценку «неудовлетворительно», до пересдачи академической задолженности по данной дисциплине должен выполнить контрольную работу.

На дифференцированном зачете обучающийся может максимально набрать 60 баллов (менее 15 баллов – неудовлетворительно/не зачтено, 16-40 баллов – удовлетворительно/зачтено, 41-50 баллов – хорошо, 51-60 баллов – отлично).

Сумма баллов, набранных обучающимся за все виды работ, переводится преподавателем в традиционные оценки. В зависимости от суммы набранных баллов обучающемуся в пересчете на шкалу оценок выставляются:

36 баллов и менее – неудовлетворительно/не зачтено;

37-58 – удовлетворительно/зачтено;

59-79 – хорошо;

80 -100 – отлично.

Дифференцированный зачет проводится в устной форме посредством вопросов преподавателя и ответов студента по заданному блоку.

КАЗАНСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕ-
ЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРАВОСУДИЯ»

Билеты утверждены на заседании кафедры экономики
Протокол № _____

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
направление подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

Билет № 1

1. Назовите основные различия оперативного и стратегического управления.
2. Каково влияние информационных ресурсов на построение оптимальной модели стратегического управления?

Составитель(и) _____ /Нуртдинов А.Р.

Зам.зав. кафедрой
доцент., к.э.н.

С.А. Башкирцева