

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 15.05.2024 12:52:35

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«29» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.19 ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный; авторский

Направленность (профиль):

«Цифровые коммуникации»

Формы обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2023

Разработчик (и):

Бронникова Евгения Михайловна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;


Федоров Александр Викторович, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» июня 2023 г.


_____ (подпись)

/Е.М. Бронникова /

«20» июня 2023 г.


_____ (подпись)

/А.В. Федоров /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


_____ (подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующая кафедрой
разработчика РПД


_____ (подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 10 от «22» июня 2023 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у обучающихся системы теоретических знаний о сущности коммуникации в профессиональной сфере и практических навыков анализа деловых ситуаций и ведения деловых переговоров.

Задачи:

- получение системного представления о деловых коммуникациях;
- выработка умения анализировать деловые ситуации;
- выработка умения вести деловые переговоры в конкретной ситуации;
- овладение навыками управления индивидуальной и групповой работой;
- изучение отечественного и зарубежного опыта проведения деловых встреч и переговоров;
- сформировать умения выявлять психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 7 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4 – способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК-5 - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном языке, полученную из печатных и

		электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знает: специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Деловые коммуникации» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет: 5 зачетных единиц (180 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная/Заочная
Аудиторные занятия	54	36/18
<i>в том числе:</i>		
Лекции	18	18/8
Практические занятия	36	18/10
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	90	108/153
<i>в том числе:</i>		

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная/Заочная
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		
Вид	Зачет с оценкой – 7 семестр	
Трудоемкость (час.)	36	36/9
Общая трудоемкость з.е. / часов	5 з.е. / 180 час.	

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

по очной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации. Средства делового общения: вербальные и невербальные	2	6	-	12
3	Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации	2	6	-	11
4	Этика делового общения. Критика и комплименты в деловой коммуникации	2	6	-	11
5	Барьеры в общении. Причины их возникновения	3	-	-	12
6	Сознательное/ бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении	2	6	-	11
7	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж	2	6	-	11
8	Гендерный аспект коммуникативного поведения. Межкультурная коммуникация	2	6	-	11
Итого (часов)		18	36	-	90
Форма контроля:		зачет с оценкой			36
Всего по дисциплине:		180 / 5 з.е.			

по очно-заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации. Средства делового общения: вербальные и невербальные	2	3	-	14
3	Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации	2	3	-	14
4	Этика делового общения. Критика и комплименты в деловой коммуникации	2	3	-	13
5	Барьеры в общении. Причины их возникновения	3	-	-	14
6	Сознательное/ бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении	2	3	-	14
7	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж	2	3	-	13
8	Гендерный аспект коммуникативного поведения. Межкультурная коммуникация	2	3	-	13
Итого (часов)		18	18	-	108
Форма контроля:		зачет с оценкой			36
Всего по дисциплине:		180 / 5 з.е.			

по заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации. Средства делового общения: вербальные и невербальные	1	2	-	12
3	Речевое воздействие. Слушание в деловой коммуникации	1	2	-	11
4	Этика делового общения. Критика и комплименты в деловой коммуникации	1	1	-	11
5	Барьеры в общении. Причины их возникновения	1	-	-	12
6	Сознательное/ бессознательное. Ложь в речевой коммуникации. Манипуляции в общении	1	2	-	11
7	Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж	1	2	-	11
8	Гендерный аспект коммуникативного поведения.	1	1	-	11

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
Итого (часов)		8	10	-	153
Форма контроля:		зачет с оценкой			9
Всего по дисциплине:		180 / 5 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в предмет. Коммуникации: виды и функции. Коммуникации как механизм взаимодействия

Введение в предмет деловой коммуникации. 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. 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 2. Модели и стили делового общения. Специфика деловой коммуникации. Средства делового общения: вербальные и невербальные

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. Типы приема и передачи информации. Человеческая речь как источник информации. Стили речи. Речевые средства общения. Специфика вербального и невербального информационного контакта. Сознательное и бессознательное в речевой коммуникации. Природа и типология невербальной коммуникации. Анализ поведения, интонаций, выражения лица, жестов, положения тела, походки. Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации. Body language. Внешние проявления

эмоциональных состояний. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.

Тема 3. 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. Правила и параметры. Аудитория. Средства воздействия. Общение в различных деловых ситуациях. Основы деловой беседы. Структура, фазы, процесс деловой беседы. Организация проведения совещаний. Теория и практика переговорного процесса. Формальные и неформальные каналы коммуникации, Пресс-конференция: подготовка к пресс-конференции; проведение пресс-конференции. Торги: виды торгов; технология ведения торгов. Презентация: цели презентации; виды презентации; коммуникативные приемы подхода к покупателю во время презентации. Вопросы в деловой коммуникации: функции, виды. Закрытые и открытые вопросы. Виды вопросов для переговоров и торгов. Вопросы для избегания искажений в понимании. Ответы на вопросы.

Тема 4. Этика делового общения. Критика и комплименты в деловой коммуникации

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. Критика как один из компонентов контактологии. Функции критики. Виды критики. Техника нейтрализации замечаний. Приемы снижения негативного воздействия замечаний. Позитивные установки на восприятие критики. Функции комплимента в деловом взаимодействии. Правила комплимента.

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

Сознательное и бессознательное в речевой коммуникации. Сигналы, выдающие неискренность и обман. Манипуляции в общении и их характеристики. Стратегии манипуляторов. Манипулятивные роли по Эрику Берну. Распознавание эго-состояний. Коммуникативные роли. Коммуникативные типы деловых партнеров.

Тема 7. Имидж делового человека. Репутация. Имидж и репутация в деловой коммуникации. Корпоративный имидж

Психологические особенности формирования имиджа. Понятие «имиджа». Составляющие имиджа делового человека. Внешнее впечатление. Стил и имидж. Репутация. Понятие «репутации». Жанры формирования деловой репутации. Создание гармоничного образа. Деловые качества. Факторы, влияющие на создание имиджа: фактор преимущества, фактор привлекательности, фактор отношения. Соотнесение имиджа и репутации. 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.

Тема 8. Гендерный аспект коммуникативного поведения. Межкультурная коммуникация

Проблема «гендерной коммуникации». Анализ гипотезы гендерно-ориентированной личности; гендерно-ориентированного речепроизводства; гендерно-ориентированных когнитивных структур и ментальных моделей. Определение «коммуникативной грамотности». Общение с мужчинами: психологические и коммуникативные особенности мужского поведения. Общение с женщинами: психологические и коммуникативные особенности женского поведения. Постановка проблемы межкультурной коммуникации. Национальное коммуникативное поведение. Национальный характер. Национальные особенности коммуникативного поведения народов мира. Основные особенности русского коммуникативного поведения.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Деловое общение : учебное пособие / авт.-сост. И.Н. Кузнецов. – 7-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 524 с. – (Учебные издания для бакалавров).
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496102>
2. Козлова, А.М. СТОП Манипулированию!: Или тренинг манипулятивного поведения в деловом общении / А.М. Козлова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 120 с.

- Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278251>
3. Колесникова, Н.Л. Деловое общение=Business Communication : учебное пособие / Н.Л. Колесникова. – 11-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 153 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364145>
 4. Маклакова, Е.А. The Basics of Business Intercultural Communication: основы деловой межкультурной коммуникации / Е.А. Маклакова, Ю.А. Литвинова, А.А. Илунина. – Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2011. – 169 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142471>
 5. Марков, В.И. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / В.И. Марков, О.В. Ртищева ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Социально-гуманитарный институт, Кафедра культурологии. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2016. – 111 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472671>
 6. Стацевич, Е. Манипуляции в деловых переговорах: практика противодействия / Е. Стацевич, К. Гуленков, И. Сорокина ; науч. ред. П. Паршин. – 3-е изд., доп. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 150 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279700>
 7. Тангалычева Р.К. Теории и кейсы межкультурной коммуникации в условиях глобализации. – СПб.: Алетейя, 2012.-248с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=110113
 8. Храмченко, В.Е. Деловое общение с зарубежными партнёрами : учебное пособие / В.Е. Храмченко. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. – 110 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232400>
 9. Шутая, Н.К. Теория и практика делового общения : учебное пособие / Н.К. Шутая, О.О. Румянцева ; Российский государственный университет правосудия. – Москва : Российский государственный университет правосудия (РГУП), 2018. – 120 с. : табл.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561031>
 10. Эксакусто, Т.В. Основы психологии делового общения : учебное пособие / Т.В. Эксакусто ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2015. – 161 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461885>

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;

4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.hr-life.ru> - HR-Life.ru - специализированный ресурс для менеджеров по персоналу и руководителей
10. www.aup.ru - административно-управленческий портал (предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий)
11. <http://www.consulting.ru> - Интернет-еженедельник CONSULTING.RU
12. <https://psyera.ru/articles/psihologiya-upravleniya> - база данных по психологии управления, маркетингу и другим гуманитарно-правовым наукам
13. <https://hbr-russia.ru/karera/kommunikatsii> - информационно-аналитические статьи ежемесячного научно-популярного журнала «Harvard Business Review», посвященные коммуникациям в организации
14. www.businessstest.ru - коллекция тестов, помогающих оценить деловые и личные качества, психологическое состояние, и по итогам анализа скорректировать поведение и изменить ситуацию
15. <https://psyera.ru/articles/iskusstvo-obshcheniya> - статьи по искусству делового общения
16. <http://club-energy.ru/c.php> - библиотека успешного бизнесмена «Деловые коммуникации»

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.О.19 ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный; авторский

Направленность (профиль):

«Цифровые коммуникации»

Формы обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке</p>	<p>Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке</p>
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Знает: специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания

неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p>Не знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации</p> <p>Не умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации</p> <p>Не владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке</p>	<p>В целом знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации</p> <p>Умеет: находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации</p> <p>Владеет: технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке</p>
<p>Не знает: специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>Не умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>Не владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных</p>	<p>В целом знает: специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с</p>	<p>Знает: специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с</p>	<p>Знает: специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>Умеет: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>Владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики</p>

процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, но часто испытывает затруднения	учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, но иногда испытывает затруднения	коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
--	---	--	---

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

1. В структуру общения входят следующие стороны:

- 1) коммуникативная;
- 2) интерактивная;
- 3) перцептивная;
- 4) директивная;
- 5) когнитивная.

2. Основными функциями общения являются:

- 1) связующая;
- 2) формирующая;
- 3) подтверждающая;
- 4) эмоциональная;
- 5) внутриличностная;
- 6) убеждающая.

3. Стремление добиться удовлетворения своих интересов в ущерб другому – это:

- 1) сотрудничество;
- 2) приспособление;
- 3) уклонение;
- 4) конкуренция;
- 5) компромисс.

4. Стремление добиться наиболее приемлемых решений для обеих сторон – это:

- 1) сотрудничество;
- 2) приспособление;
- 3) уклонение;
- 4) конкуренция;
- 5) компромисс.

5. Манипуляция – это:

- 1) способ неявного воздействия на другого человека;
- 2) способ умышленной подмены истинных целей ложными;
- 3) способ умышленного сокрытия или искажения важной информации;

4) способ уклонения от выполнения возложенных обязанностей.

6. Первое впечатление формируется на основе:

- 1) фактора превосходства;
- 2) фактора привлекательности;
- 3) фактора отношения к наблюдателю;
- 4) фактора конформности.

7. Аттракция – это:

- 1) неприятное, длительно существующее чувство одного человека к другому;
- 2) соединение, связь психических процессов друг с другом;
- 3) влечение одного человека к другому, сопровождающееся положительными эмоциями;
- 4) один из защитных механизмов в психоанализе.

8. Приемы аттракции – это:

- 1) улыбка;
- 2) называние по имени;
- 3) комплимент;
- 4) критицизм.

9. Активное слушание включает в себя:

- 1) волевой акт;
- 2) высшие умственные процессы;
- 3) эмпатию;
- 4) рефлексия;
- 5) конформность.

10. К параметрам мотивационной сферы человека относятся:

- 1) развитость;
- 2) гибкость;
- 3) сублимированность;
- 4) целенаправленность.

11. Коммуникация - это:

- 1) обмен идеями;
- 2) информационный обмен;
- 3) трансляция информации через средства технической связи;
- 4) управленческое общение;
- 5) стилистическое оформление речи.

12. Какое из перечисленных требований к качеству информации не является основным?

- 1) достоверность;
- 2) своевременность;
- 3) форма подачи информации;
- 4) адресность;
- 5) понятность.

13. Как называется двусторонний процесс обмена информацией?

- 1) коммуникация;
- 2) общение;
- 3) взаимодействие;
- 4) контакт;
- 5) интеракция.

14. Укажите, как называется составляющая общения, которая рассматривает психологическую природу общения с точки зрения характера речевых действий, восприятия речи собеседника, восприятия личности собеседника?

- 1) общение как форма психической деятельности;
- 2) общение как форма поведения;
- 3) общение как межличностное взаимодействие;
- 4) общение как психологические свойства личности;
- 5) общение как средство формирования личности.

15. Общение – всегда есть диалог:

- 1) одного человека с другим;
- 2) наедине с собой;
- 3) человека с машиной;
- 4) технических устройств;
- 5) все ответы верны.

16. Что является перцептивной стороной общения?

- 1) восприятие друг друга партнерами по общению;
- 2) взаимовлияние друг на друга участников общения;
- 3) взаимодействие участников общения;
- 4) обмен информацией между участниками общения;
- 5) все ответы верны.

17. Что не относится к характеристике коммуникативной стороны общения?

- 1) умение устанавливать психологический контакт;
- 2) учет особенностей коммуникативного взаимодействия;
- 3) аргументированность, логичность и адекватность ситуации общения;
- 4) четкое распределение обязанностей между партнерами;
- 5) эффективность использования вербальных и невербальных средств общения.

18. Интерпретация человеком причин и мотивов поведения других людей межличностного восприятия – это:

- 1) перцепция;
- 2) аттракция;
- 3) эмпатия;
- 4) каузальная атрибуция;
- 5) апперцепция.

19. Какой из способов коммуникации самый пластичный?

- 1) жест;
- 2) речь;
- 3) изображение;
- 4) письмо;
- 5) музыка.

20. Аксиальная коммуникация -это:

- 1) восприятие друг друга партнерами по общению;
- 2) взаимовлияние друг на друга участников общения;
- 3) взаимодействие участников общения;
- 4) массовая коммуникация;
- 5) адресная коммуникация.

21. Информационным критерием эффективности межличностной коммуникации является:

- 1) доброжелательность сторон коммуникации;
- 2) желание сторон продолжить коммуникации;
- 3) своевременность получения информации;
- 4) сопровождение текста жестикуляцией;
- 5) удовлетворенность партнеров по коммуникации.

22. Какая характеристика не относится к коммуникации как к ресурсу?

- 1) имеет нематериальную природу;
- 2) имеет материальную природу;
- 3) неограниченна пространством;
- 4) неотчуждаема;
- 5) обладает возрастающей полезностью.

23. Какая связь существует между участниками коммуникации?

- 1) объектно-объектная;
- 2) субъектно-объектная;
- 3) объектно-субъектная;
- 4) субъектно-субъектная;
- 5) все ответы верны.

24. Что представляет собой интегративная функция деловой коммуникации?

- 1) социальный механизм управления;
- 2) объединение деловых партнеров;
- 3) самовыражение, демонстрация личностного потенциала;
- 4) передача конкретных способов деятельности;
- 5) регламентация поведения и деятельности.

25. Какая функция коммуникации позволяет регламентировать поведение и деятельность участников коммуникации, координировать их совместные действия?

- 1) информационная функция;
- 2) социальная функция;

- 3) экспрессивная функция;
- 4) прагматическая функция;
- 5) интерпретативная функция.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Пример тем для рефератов:

1. Понятия «общение» и «коммуникация».
2. Функции общения.
3. Виды и средства общения.
4. Вербальные и невербальные системы значений.
5. Структура общения.
6. Информационная сторона общения.
7. Интерактивная сторона.
8. Виды взаимодействий.
9. Трансактный анализ.
10. Перцептивная сторона общения.
11. Феномены межличностного и межгруппового восприятия.
12. Репрезентативные системы в практике психологии делового общения.
13. Общение в организации. Специфика общения в организации.
14. Особенности организации.
15. Вертикальная и горизонтальная коммуникация.
16. Поведение человека в организации.
17. Типы сотрудников.
18. Виды делового общения.
19. Особенности поведения менеджеров в деловом общении.
20. Убеждающая коммуникация.
21. Сопротивление убеждению.
22. Публичная (ораторская) речь.
23. Body language.
24. Внешние проявления эмоциональных состояний
25. Стратегии манипуляторов.
26. Манипулятивные роли по Эрику Берну.
27. Распознавание эго-состояний.
28. Критика как один из компонентов контактологии.
29. Психологические издержки критики.
30. Приемы снижения негативного воздействия замечаний.
31. Compliments для делового взаимодействия.
32. Закрытые и открытые вопросы.
33. Виды вопросов для переговоров и торгов.
34. Вопросы для избегания искажений в понимании.

Оценка рефератов производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету с оценкой:

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. 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. Специфика делового общения с иностранными партнерами
40. Особенности деловой этики иностранных партнеров
41. Манипуляции в общении, их основные типы.
42. Защита от манипуляций. Контрманипуляция.
43. Управленческая и корпоративная этика.
44. Этика бизнеса в России: проблемы и перспективы.
45. Современная речевая этика.
46. Характер взаимоотношений руководителя и сотрудников с точки зрения деловой этики.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретическое знание в практическую плоскость.	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и):

Бронникова Евгения Михайловна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Федоров Александр Викторович, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 10 от 22.06.2023 г.).