

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Декан

Дата подписания: 03.08.2025 22:49:06

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«20» мая 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Деловые коммуникации в информационном обществе

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы бакалавриата

42.03.01.01 Реклама и связи с общественностью в цифровом медиапространстве

Для набора 2025 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА **Маркетинг и реклама****Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	16 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	96	96	96	96
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Хачатурян Н.Р.

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Н.В. Пржедецкая

Методический совет: д.э.н., профессор Д.Д. Костоглодов

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели овладения студентами культурой делового общения, психологией, стратегией и тактикой деловых переговоров, приемов и методов воздействия на оппонентов и достижения эффективного сотрудничества.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основные направления коммуникационной деятельности, сущность, структуру и технологические особенности коммуникационного процесса в различных сферах, соотношение профессиональных факторов и факторов групп интересов в реальной деятельности информационных органов, тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм; основные закономерности взаимодействия человека и общества, основные механизмы психической регуляции поведения человека, базовые социально психологические методы и теоретические основы для решения практических задач в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-4.1).

Уметь:

осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом коммуникационных процессов, проводить отдельные социологические исследования массовой коммуникации, выстраивать социальные взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий, применять адекватно методы диагностики личности, способностей и склонностей для решения профессиональных задач; применять в профессиональной и личной жизни знание о социальной структуре общества, о социальных институтах и специфике их функционирования, использовать знание закономерностей развития психики в процессе создания медиатекстов, применять методы изучения особенностей поведения человека в совместной деятельности (соотнесено с индикатором ОПК-4.2).

Владеть:

навыками и знаниями, необходимыми при выборе и обосновании использования инструментов рекламы и связей с общественностью в определенной ситуации, анализа коммуникационного процесса, определять функционал специалиста по связям с общественностью, базовыми теоретическими и практическими знаниями в сфере коммуникационных технологий рекламы и связей с общественностью, навыками применения законов, принципов, категорий социологии для логикометодологического анализа всех видов знаний и социальных явлений; методическими средствами изучения отдельных психических процессов и состояний, психологическими приемами саморегуляции поведения, навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации (соотнесено с индикатором ОПК-4.3).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Основы делового этикета

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	«Основные характеристика общения» Цели, задачи, структура и актуальность курса. Деловые коммуникации и их значение. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в совместной деятельности	Лекционные занятия	3	4	ОПК-4
1.2	«Основные характеристика общения» - способы воздействия; - стили общения; - формы общения; - подготовка студенческой группы к проведению деловой игры «ПРИНАДО» (приобретение навыков делового общения), формирование игровых фирм –партнеров, распределение ролей, знакомство с содержанием и этапами деловой игры.	Практические занятия	3	6	ОПК-4
1.3	«Этика и этикет в деловом общении» Встреча, приветствие, представление. Визитка как инструмент делового контакта. Этика деловых отношений и этикет бизнес-общения	Лекционные занятия	3	2	ОПК-4
1.4	«Этика и этикет в деловом общении» -этика делового общения; - способы приветствия; - игровое занятие по приветствию бизнес-партнеров, обмен визитками, представление игровых фирм. Решение обучающего кроссворда «Этика делового человека». Подведение итогов в балльной оценке. Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	3	12	ОПК-4

1.5	«Эффективные письменные и электронные коммуникации» Деловые письма – классификация, структура и настроение. Культура письма, типовые фразы и оформление. Факс и электронная почта: применение, структура текста. Деловой телефон – разновидности, правила ведения беседы и культура телефонного общения	Практические занятия	3	4	ОПК-4
1.6	«Эффективные письменные и электронные коммуникации» - деловое письмо; - деловой телефон; - 10 телефонных грехов; - игровое занятие по деловой переписке и телефонному общению. Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	3	8	ОПК-4
1.7	«Публичная речь делового человека» Речевой аппарат, дыхание и его тренировка, дикция, интонация и пауза. Ораторское искусство. Подготовка материалов к выступлению. Особенности короткого убеждающего выступления. Типичные ошибки публичной речи и секреты хорошего выступления	Лекционные занятия	3	2	ОПК-4
1.8	«Публичная речь делового человека» Культура общения как соблюдение общепринятых нравственных требований к поведению в обществе. Максимум вежливости Дж. Лича. Культура общения и культура перевода. Техника речи, основные правила теории аргументации и риторики. Типичные логические ошибки в аргументации. Карта вопросов специалистов по переговорам Дж. Ниренберга и Ирэн С. Росс: функции 1-5. Логико-риторические эффекты в процессе дискуссии на международных переговорах. Правила эффективного выступления Дейла Карнеги. Варианты планов построения выступлений Рассела Конуэлла. Культура невербальных коммуникаций в зависимости от страны проведения переговоров.	Практические занятия	3	6	ОПК-4
1.9	1. Стратегия общения 2. Пространство и время общения 3. Основы тактики 4. Основные законы общения 5. Психологические приемы влияния на партнера 6. Нравственные ценности рынка 7. Общение между фирмами в США 8. Раскройте процесс управления маркетингом на уровне конкретного предприятия. 9. Визитные карточки 10. Телефонный разговор 11. Деловая переписка 12. Деловой этикет и толерантность Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	3	21	ОПК-4

Раздел 2. Психологические приемы влияния на партнера

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	«Психотехника аттракции и убеждения» Техника создания благоприятного впечатления. Основные методы аттракции, деловой комплимент. Тринадцать правил убеждения	Лекционные занятия	3	2	ОПК-4
2.2	«Психотехника аттракции и убеждения» - искусство компромисса; - наука убеждать; - аттракция; - повышение и понижение статуса собеседника; - тренинг «Убеждающая речь за 30 секунд».	Практические занятия	3	4	ОПК-4
2.3	«Имидж личности и невербальное общение» Факторы, влияющие на формирование имиджа. Эффекты восприятия. Одежда для успеха. Имидж деловой женщины. Особенности невербального общения и средства повышения делового статуса. Трактовка невербальных сигналов Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	3	6	ОПК-4
2.4	«Имидж личности и невербальное общение» - имидж делового человека; - имидж женщины; - имидж мужчины; - невербальные средства общения; - искусственное повышение статуса; - тренинг «Невербальное общение». Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	3	6	ОПК-4
2.5	«Типология конфликта. Причины возникновения конфликтов» Методы урегулирования конфликтов, основные стили поведения	Лекционные занятия	3	4	ОПК-4

	руководителя в конфликтной ситуации, карта конфликта, урегулирование конфликтов в личностно - эмоциональной сфере, кодекс поведения в конфликте.				
2.6	«Типология конфликта. Причины возникновения конфликтов» - определение конфликта; - типология конфликта; - причины возникновения конфликта; - основные стадии конфликта; - структура конфликта; - способы урегулирования конфликта.	Практические занятия	3	8	ОПК-4
2.7	«Толерантность. Национальный менталитет» Понятия и виды толерантности, основные стили поведения и национальные особенности делового общения, менталитет.	Лекционные занятия	3	2	ОПК-4
2.8	«Основы физиогномики и графологии» - имя человека его характер; - каллиграфия; - физиогномика; - глаза и толерантность; - аудотренинг «Внешность о многом скажет».	Практические занятия	3	4	ОПК-4
2.9	«Толерантность. Национальный менталитет» - понятие толерантность; - менталитет; - национальные особенности делового общения. Практическое занятие 4 «Толерантность. Национальный менталитет» - понятие толерантность; - менталитет; - национальные особенности делового общения. Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	3	12	ОПК-4
2.10	«Языковые модели деловой письменной речи, основные формы документов» Язык и стиль делового письма. Языковые формулы, выражающие мотивы, причины и цели создания документа. Примерные формы документов: протокол записи деловой беседы, протокол о намерениях, соглашение о сотрудничестве и организации взаимоотношений, протокол о результатах проведенных переговоров, предварительный договор. Некоторые виды коммерческой документации и корреспонденции в международном бизнесе: структура делового письма, некоторые виды деловых писем – запросы, предложения, заказы. Использование электронной почты, отправление факсов. Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	3	14	ОПК-4
2.11	1. Особенности общения через переводчика 2. Психологические приемы влияния на партнера 3. Восприятие и понимание в процессе общения 4. Имидж деловой женщины 5. Имидж делового мужчины 6. Деловой завтрак, обед, ужин. 7. Спор его цели и подходы 8. Критика в споре 9. Агрессии во время спора 10. Основные направления Написание рефератов с использованием LibreOffice	Самостоятельная работа	3	17	ОПК-4
2.12	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	3	0	ОПК-4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Деревянкин, Е. В.	Деловое общение: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015	ЭБС «IPR SMART»
2	Титова, Л. Г.	Деловое общение: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017	ЭБС «IPR SMART»

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
3	Бабаева, А. В., Мамина, Р. И., Маминой, Р. И.	Деловое общение и деловой этикет	Санкт-Петербург: Петрополис, 2019	ЭБС «IPR SMART»
4	Тимченко Н. М.	Деловое общение как феномен культуры: монография	Москва, Берлин: Директ- Медиа, 2019	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5		Business Excellence: журнал	Москва: РИА «Стандарты и качество», 2020	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals)
<http://www.esomar.org>

5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
 LibreOffice

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности			
Знать: основные направления коммуникационной деятельности, сущность, структуру и технологические особенности коммуникационного процесса в различных сферах, соотношение профессиональных факторов и факторов групп интересов в реальной деятельности информационных органов, тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм; основные закономерности взаимодействия человека и общества, основные механизмы психической регуляции поведения человека, базовые социально психологические методы и теоретические основы для решения практических задач в профессиональной деятельности	Формулирует ответы на поставленные вопросы; решает тестовые задание	Полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры	<i>Вопросы к зачету (вопросы 1-58)</i> <i>Тесты (вопросы 1-10)</i> <i>Опрос (вопросы 1-40)</i>
Уметь: осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом коммуникационных	Формулирует ответы на поставленные вопросы; выбирает тему и содержание реферата,	Полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; соответствие темы и содержания реферата	<i>Практико-ориентированные задания к зачету (задания 1-10)</i> <i>Рефераты (темы</i>

процессов, проводить отдельные социологические исследования массовой коммуникации, выстраивать социальные взаимодействия с учетом этнокультурных и конфессиональных различий, применять адекватно методы диагностики личности, способностей и склонностей для решения профессиональных задач; применять в профессиональной и личной жизни знание о социальной структуре общества, о социальных институтах и специфике их функционирования, использовать знание закономерностей развития психики в процессе создания медиатекстов, применять методы изучения особенностей поведения человека в совместной деятельности	соответствующей современному деловому общению; поиск литературы, необходимой для подготовки реферата; решает практико-ориентированные задания, кейс – задания анализирует и интерпретирует полученные результаты	современным направлениям развития маркетинга; соответствие литературы проблеме исследования; целенаправленность поиска и отбора информации для написания реферата; полнота и правильность решений; содержательность выводов и интерпретации полученных результатов при решении практико-ориентированных заданий, кейс – заданий	1-32) <i>Кейс-задания (задания 1-3)</i>
Владеть: навыками и знаниями, необходимыми при выборе и обосновании использования инструментов рекламы и связей с общественностью в определенной ситуации, анализа коммуникационного процесса, определять функционал специалиста по связям с общественностью, базовыми теоретическими и практическими знаниями в сфере коммуникационных технологий рекламы и связей с общественностью, навыками применения законов, принципов, категорий социологии для логикометодологического анализа всех видов знаний и социальных явлений; методическими средствами изучения отдельных психических процессов и состояний,	Решает практико-ориентированные задания, кейс-задания, анализирует и интерпретирует полученные результаты	Полнота и правильность решений; содержательность выводов и интерпретации полученных результатов при решении практико-ориентированных заданий, кейс – заданий	<i>Практико-ориентированные задания к зачету (задания 1-10)</i> <i>Рефераты (темы 1-32)</i> <i>Кейс-задания (задания 1-3)</i>

психологическими приемами саморегуляции поведения, навыками анализа содержания сообщений массовой коммуникации			
--	--	--	--

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов (зачтено)

0-49 баллов (не зачтено)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Характеристика и содержание делового общения.
2. Стили общения.
3. Виды и формы общения в бизнесе.
4. Основы деловой риторики. Культура речи в деловом общении.
5. Этика использования средств выразительности деловой речи. Культура дискуссии.
6. Механизм воздействия в процессе общения.
7. Лексические средства выразительности речи.
8. Этика деятельности руководителя.
9. Средства повышения внимания, используемые оратором.
10. Система отработки навыков ораторского искусства.
11. Подготовка к публичным выступлениям.
12. Методы овладения техникой речи.
13. Базовые методы эффективного публичного выступления.
14. Эффективные приемы выслушивания.
15. Сущность и содержание профессионального слушания.
16. Искусство комплимента. Основные требования к комплименту. Характеристика скрытых комплиментов.

17. Сущность и основные правила конструктивной критики. Эффективные критические оценки.

18. Основы делового этикета при телефонном общении, культура речи при телефонном общении.

19. Правила ведения телефонных переговоров, типичные ошибки при телефонном общении.

20. Виды деловой корреспонденции – телефонограмма, факс. Электронная почта, требования к структуре и содержанию.

21. Характеристика манипуляций в общении.

22. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений.

23. Визитная карточка и ее роль в деловых контактах.

24. Виды делового письма, его составные части и оформление.

25. Основные правила деловой переписки.

26. Методика написания эффективного коммерческого письма (система ВИПД Р. Теннера).

27. Методы отработки дикции в практике деловой речи.

28. Факторы, формирующие имидж собеседника.

29. Эффекты восприятия человека.

30. Одежда и внешний облик как важнейшие факторы делового имиджа.

31. Техника создания благоприятного впечатления.

32. Создание раппорта в деловом общении.

33. Строуксы: значение, классификация и техника их оказания.

34. Убеждение как метод управления оппонентом. 13 правил убеждения.

35. Искусственное повышение и понижение статуса собеседника. Статус и правила убеждения.

36. Правило Гомера, Сократа, Паскаля, их связь между собой и применение в процессе убеждения.

37. Классификация убеждающих воздействий и их применение.

38. Композиционно-технологическая структура публичной речи.

39. Экспрессивные средства общения при публичном выступлении.

40. Модели общения и барьеры, возникающие в общении.

41. Психологическая техника формирования аттракции.

42. Психологическая техника влияния на людей.

43. Основы невербального общения.

44. Кинесические особенности невербального общения.

45. Визуальный контакт.

46. Проксемические особенности невербального общения.

47. Понятие и типология конфликта.

48. Структура конфликта и функции конфликта.

49. Динамика конфликта.

50. Внутриличные конфликты.
51. Конфликты на различных уровнях социальной системы.
52. Разрешение конфликтов.
53. Культура спора в процессе дискуссии.
54. Национальные особенности делового общения.
55. Психологические приемы в публичном выступлении.
56. Риторические приемы в публичном выступлении.
57. Манипулирование ходом переговоров и тактика достижения компромиссов.
58. Основные формулы переговоров и приемы их ведения.

Практико-ориентированные задания к зачету

1. Выделите и расшифруйте на представленном примере 4 стороны сообщения (существо дела, отношение, самораскрытие, призыв). Идет деловое совещание, и руководитель обращается к своим коллегам: «Я собрал Вас, уважаемые коллеги, чтобы обсудить с Вами предстоящую проверку налоговой инспекции финансовых документов нашей фирмы». В чем состоит существо дела? Что еще хотел сказать руководитель? Каково его отношение к коллегам? Что можно предположить на стороне самораскрытия? Каков призыв отправителя информации?
2. Дайте классификацию невербальных средств общения: Проанализируйте использование вами невербальных средств в общении. Какую оценку Вы им дадите?
3. Напишите ответ на письмо-рекламацию. Ваши товары были получены 25.03.08. При проверке партии груза оказалось, что в ней нет полного ассортимента товаров, который мы заказывали в соответствии с контрактом №678/93 от 01.02.08. Несомненно, произошло недоразумение. Мы ждем Вашего ответа по этому поводу.
4. Дайте определение понятия этики деловых отношений. Какие этические принципы считаются универсальными для современных деловых отношений? Каковы, по Вашему мнению, причины усиления внимания к этической стороне деловых отношений в современном обществе?
5. Рассмотрите организацию коммуникативного пространства как основу эффективности и жизнеспособности организации на примере.
6. Что подразумевается под коммуникативной компетентностью менеджера? Обоснуйте свое мнение.
7. Объясните, как происходит процесс обмена информацией с учетом обратной связи, шума и личностного смысла сообщения. Приведите свой пример.
8. Какие выделяют стили и виды слушания? Проведите их сравнительный анализ. Какой стиль слушания характерен для Вас?

9. Перечислите правила для говорящего и слушающего. Какие из них Вы не выполняете? Почему?

10. Как влияют особенности национального этикета на результативность делового общения? Приведите примеры.

Критерии оценивания:

- 50-100 баллов (зачтено) выставляется студенту, если ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов.

- 0-49 баллов (не зачтено) материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине.

Тесты

Тесты по разделу 1. «Основы делового этикета»

Вопрос 1. Основной закон аттракции?

1. Правило «делать подарки Ребенку собеседника и не раздражать его Родителя»
2. Устранение возникающего раппорта
3. Правило «15 секунд»
4. Повышение статуса собеседника

Вопрос 2. Эффективность воздействия комплимента на фоне антикомплимента себе?

1. Удовлетворение индивидуальной установке на критику собеседника
2. Создание заинтересованности
3. Создание пресинга
4. Раздражение лестью

Вопрос 3. Какой из вопросов является риторическим?

1. Кому не надоедает TV-реклама?
2. Кто там шагает правой?
3. Кто еще не оплатил за проезд?
4. А оценки когда будут известны?

Вопрос 4. Наиболее правильное построение критического выступления?

1. Обвинение – совместный поиск выхода из ситуации
2. Аргументированная критика – обвинение
3. Похвала – критика – похвала

4. Субъективная критика – похвала

Тесты по разделу 2. «Психологические приемы влияния на партнера»

Вопрос 5. Какие самые эффективные составляющие вербального способа общения позволяют расположить к себе собеседника?

1. Комплимент, улыбка, поднятие статуса, благодарственное письмо
2. Похлопывание по плечу, комплимент, улыбка
3. Имя собеседника, поднятие статуса, комплимент
4. Поднятие статуса, имя собеседника, комплимент, улыбка

Вопрос 6. Какие жесты собеседника свидетельствующие о лживости слов?

1. Ладонью захватывает подбородок
2. Медленно снимает очки, тщательно их протирает
3. Руки прячет за спину
4. Слегка касается носа или века указательным пальцем

Вопрос 7. Какой вариант лучший при ответе на телефонный звонок в Ваш офис?

1. «Говорите»
2. «Вас слушают»
3. Название фирмы, отдела и своей фамилии
4. Название фирмы и фраза «Добрый день»

Вопрос 8. Что такое вербальное общение?

1. Общение с помощью слов
2. Общение с друзьями
3. Общение с помощью жестов
4. Общение с недругом

Вопрос 9. Механизм воздействия на человека в процессе общения?

1. Опровержение
2. Убеждение
3. Эмпатия
4. Общение с недругом

Вопрос 10. К какому стилю человеческого общения относится деловое общение?

1. Манипулятивному
2. Гуманистическому
3. Ритуальному

4. Интравертивному

Инструкция по выполнению

В процессе решения тестов студент должен выбрать один верный ответ из предложенных вариантов ответов. Максимальное количество баллов по двум разделам – 10.

Критерии оценивания:

- 10 баллов выставляется студенту, если он демонстрирует полные и содержательные знания материала, а именно отвечает на 90 и более процентов тестов правильно;
- 7-9 баллов выставляется студенту, если он обнаруживает твердые, но в некоторых вопросах неточные знания по дисциплине, а именно отвечает на 70 и более (до 90) процентов тестов правильно;
- 1-6 баллов выставляется студенту, если он показывает знания основного учебно-программного материала, но допускает существенные неточности в ответе, которые проявляются в том, что он отвечает на 30 и более (до 70) процентов тестов правильно.

Темы рефератов

1. Национальные особенности делового общения.
2. Психологические приемы в публичном выступлении.
3. Риторические приемы в публичном выступлении.
4. Манипулирование ходом переговоров и тактика достижения компромиссов.
5. Основные формулы переговоров и приемы их ведения.
6. Эффекты восприятия человека.
7. Одежда и внешний облик как важнейшие факторы делового имиджа.
8. Техника создания благоприятного впечатления.
9. Создание раппорта в деловом общении.
10. Строуксы: значение, классификация и техника их оказания.
11. Убеждение как метод управления оппонентом. 13 правил убеждения.
12. Искусственное повышение и понижение статуса собеседника. Статус и правила убеждения.
13. Правило Гомера, Сократа, Паскаля, их связь между собой и применение в процессе убеждения.
14. Классификация убеждающих воздействий и их применение.
15. Композиционно-технологическая структура публичной речи.
16. Экспрессивные средства общения при публичном выступлении.
17. Модели общения и барьеры, возникающие в общении.
18. Психологическая техника формирования аттракции.

19. Психологическая техника влияния на людей.
20. Основы невербального общения.
21. Кинесические особенности невербального общения.
22. Визуальный контакт.
23. Проксемические особенности невербального общения.
24. Понятие и типология конфликта.
25. Структура конфликта и функции конфликта.
26. Динамика конфликта.
27. Внутриличностные конфликты.
28. Конфликты на различных уровнях социальной системы.
29. Разрешение конфликтов.
30. Культура спора в процессе дискуссии.
31. Основы деловой риторики. Культура речи в деловом общении.
32. Этика использования средств выразительности деловой речи. Культура дискуссии.

Критерии оценивания:

В ходе изучения дисциплины студент может подготовить от 1 до 4 рефератов (максимально 40 баллов). Один реферат оценивается в 10 баллов.

- 10 баллов выставляется студенту, если его реферат характеризуется полнотой и систематизированностью изложенного материала, наличием обоснования актуальности и научной новизны проблемы, логичностью и последовательностью изложения проблемы, продемонстрированы навыки научно-исследовательской работы с литературой и нормативно-правовыми актами, проанализированы различные научные подходы к проблеме, высокая самостоятельность выводов рефератчика, полное и содержательное знание материала.

- 5-9 балла выставляется студенту, если его реферат характеризуется частичной полнотой и систематизированностью изложенного материала, наличием неполного обоснования актуальности и научной новизны проблемы, логичностью и последовательностью изложения проблемы, продемонстрированы навыки научно-исследовательской работы с литературой и нормативно-правовыми актами, проанализированы различные научные подходы к проблеме, самостоятельность выводов рефератчика, общее знание материала;

- 1-4 балла выставляется студенту, если его реферат характеризуется односторонним освещением проблемы, наличием частичного обоснования актуальности, отсутствием или неполным обоснованием научной новизны проблемы, односторонним освещением научных подходов к проблеме.

Вопросы к опросу

1. Специфика делового общения.

2. Коммуникативные барьеры в общении.
3. Перцептивный аспект деловой коммуникации.
4. Интерактивный аспект деловой коммуникации.
5. Речевые технологии делового общения.
6. Невербальные средства общения и их использование в управленческой практике.
7. Методы делового общения.
8. Виды делового общения на государственной гражданской службе и их характеристика.
9. Общие требования к деловой беседе и ее структура.
10. Методика подготовки и проведения деловых бесед.
11. Деловое совещание как один из видов делового общения.
12. Виды деловых совещаний на государственной гражданской службе и их характеристика.
13. Основные этапы подготовки к деловым переговорам.
14. Структура переговоров и основные требования к менеджеру в ходе их проведения.
15. Правила делового общения по телефону.
16. Профессиональные качества ведущего совещание и стили его руководства.
17. Общее и особенное в структуре брифинга и пресс-конференции.
18. Классификация деловой корреспонденции и общие требования к деловым письмам.
19. Содержание понятия «деловой протокол», его составляющие.
20. Организация подготовки переговоров принимающей стороной.
21. Правила ведения телефонных переговоров и их записи.
22. Стратегия и тактика проведения переговоров.
23. Стратегия составления самопрезентации.
24. Требования к культуре деловой речи.
25. Нравственная основа делового этикета.
26. Управленческая этика, корпоративная этика, корпоративные кодексы.
27. Основные требования к записи бесед (переговоров).
28. Порядок проведения деловых визитов и бесед.
29. Различие между позициями и интересами на переговорах. Метод совместного рассмотрения проблемы.
30. Классификация приемов. Виды деловых приемов.
31. Психологические аспекты делового общения.
32. Этические нормы при вручении подарков.
33. Организационное и протокольное обеспечение переговоров.
34. Порядок рассылки приглашений и ответа на них.
35. Подготовка и планирование переговоров.

36. Сферы и порядок использования в деловом общении визитных карточек.
37. Некоторые тактические приемы ведения переговоров. Методы подготовки: деловая игра, составление балансных листов и "мозговой штурм".
38. Основы деловой этики на современной государственной гражданской службе.
39. Особенности российской деловой культуры – в прошлом и настоящем.
40. Национальные стили ведения переговоров. Кросс-культурный анализ обычаев делового общения.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов, которые может набрать студент при ответах на вопросы опроса - 20 баллов. 1 вопрос или дополнение оценивается в 1 балл.

Кейс – задания

Задание 1. Вам представлены мини-ситуации. Установите обратную связь, проверьте точность восприятия информации или узнайте дополнительную информацию с помощью вопросов. Один из партнеров употребил какое-то незнакомое выражение или термин. Говорящий уклоняется от темы и не сообщает той информации, которую Вы от него ждете. Партнер только что произнес нечто, не очень-то согласующееся с его предыдущими утверждениями. Вы хотите это уточнить. Вам хотелось бы узнать мнение партнера о том, что Вами было высказано. Невербальное поведение партнера подсказывает вам, что он обеспокоен какими-то Вашими словами. Вы хотите рассеять его сомнения, подозрения. Было высказано несколько положений, и Вы хотите привлечь к ним внимание. Партнер не согласился с частью из сказанного Вами, и Вы хотите уточнить причину этого неприятия. Партнер сделал общее утверждение относительно обсуждаемого вопроса, и Вы хотите поговорить об этом более конкретно. Вы сказали о некоторых преимуществах обсуждаемой идеи и хотите установить обратную связь с партнером.

Задание 2. Проанализируйте представленную ситуацию и, используя упражнение тренинг «Как вы ответите на возражения», дайте разные варианты ответа. Представьте себе, что в ответ на Ваше предложение по цене Ваш партнер заявляет следующее: «Ваша цена очень высока. Мы вели переговоры с другой фирмой, они просят меньшую сумму и, кроме того, предложили меньшие сроки». Как Вы ответите на эти возражения? Способ оттягивания. Воздерживайтесь слишком рано говорить о цене. Сначала объясните, в чем заключается польза продукта, и только потом называйте цену. Не торопитесь сразу соглашаться с требованиями клиента, это делает Ваше предложение малоценным. Способ «сэндвича». «Поместите» цену между двумя «слоями», отражающими пользу для

партнера. «Продавайте» свое коммерческое предложение, припася на «десерт» особенно привлекательный аргумент, подтверждающий необходимость принятия предложения и его выгоду для клиента. Способ сравнения. Соотнесите цену с пользой продукта, со сроком его эксплуатации, с иными расходами клиента: «Хотя новая вывеска стоит на X рублей больше, чем другая, зато она служит в два раза дольше, значит, вы дополнительно еще три года будете испытывать удовольствие, используя ее в работе». Способ деления. «Расшифруйте» цену. Разложите ее на более мелкие составляющие. Обращение эмоционального характера. Чаще взывайте к эмоциям партнеров. Дайте понять, что они достойны того, чтобы позволить себе нечто особенное. Способ подведения итогов. В правой колонке таблицы запишите все недостатки, которые перечислил клиент. Затем вместе с ним еще раз проанализируйте все достоинства и преимущества вашего предложения и перечислите их в левой колонке таблицы. После этого спросите его, неужели он хочет из-за единичных недостатков отказаться от такого количества преимуществ. Аргументы, указывающие на недостатки. В таблице укажите цену, которая устраивала клиента. Затем объясните ему, наличие каких недостатков или отсутствие каких преимуществ связано с более низкой ценой. При этом называйте исключаемое преимущество, зачеркивайте его в таблице красным маркером и комментируйте, что означает отсутствие данного преимущества. Согласительный способ. Воздерживайтесь от скидок, предлагайте иные бесплатные услуги. Уступка за уступку. Идите на уступки только в том случае, если объем заказа большой и, если за этим заказом поступят другие, не меньшие. Способ продажи отличий. Не продавайте цены! Продавайте те качества, продукты, достижения, сильные стороны, которые отличают Вашу фирму от других, например: – интенсивность установочных и монтажных работ; – богатый опыт; – отзывы и рекомендации довольных сотрудничавших с Вами партнеров; – высококачественные консультации и классные специалисты; – систематическое обслуживание; – близость к клиенту с точки зрения местонахождения; – отраслевые ноу-хау и т.д.

Задание 3. Проанализируйте следующую ситуацию. Компания разместила у своего поставщика некий заказ. Поставщик сообщал, что все в порядке, работы ведутся, а потом выяснилось, что работы еще не были начаты. Представитель компании написал поставщику следующее письмо. «Уважаемая г-жа Соколова! Нашей компании стало известно о задержках с изготовлением заказанного нами в компании «Строймонтаж» товара XYZ. Согласно договору, товар должен быть отгружен нам через полтора месяца, однако по нашей информации его производство еще не начато. До настоящего времени у нас не было проблем в работе с вашей компанией. Мы уверены, что ситуация, по поводу которой мы обратились сейчас, вызвана вполне вескими причинами. Скорее всего, ваша компания уже разработала план, который позволит устранить отставание и

поставить товар точно в срок. Однако проект, для которого заказан товар XYZ, крайне важен для нашей компании. Нам нужно быть абсолютно уверенными в том, что товар будет поставлен вовремя и с должным качеством. Поэтому просим Вас сообщить: – в какой стадии действительно находится процесс производства и отгрузки XYZ – когда планируется отгрузить товар – как компания «Строймонтаж» планирует наверстать отставание, если оно действительно есть. Мы были бы крайне не заинтересованы в том, чтобы применять предусмотренные контрактом санкции. Поэтому надеемся, что Ваш ответ прояснит все возникшие вопросы и снимет сомнения в возможности успешного завершения проекта». Как Вы считаете, какую цель ставил себе автор письма? а) стремление сохранить партнера б) высказать негативные эмоции («выпустить пар») в) разорвать отношения с партнером.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов, которые может набрать студент при выполнении кейс – заданий – 30 баллов. Одно кейс – задание оценивается в 10 баллов.

При этом:

- 10 баллов выставляется студенту, если по итогам выполнения кейс – задание он демонстрирует полные и содержательные знания теоретического материала, формулирует четкий, полный и содержательный ответ;
- 5-9 баллов выставляется студенту, если по итогам выполнения кейс – задание он формулирует правильный ответ, однако приводит неполное теоретическое и практическое обоснование;
- 1-4 балла выставляется студенту, если по итогам выполнения кейс – задание он дает правильный, но неполный ответ, содержащий недостаточно развернутое обоснование.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменной форме. Зачетное задание состоит из двух теоретических вопросов и одного практико – ориентированного задания. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику промежуточной аттестации, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются основные методы ведения деловой беседы, механизм взаимодействия в совместной деятельности, этику и этикет делового общения, технику создания благоприятного впечатления, основные методы аттракции, правила убеждения, выборы эффективной стратегии бесед и переговоров

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки делового общения, ораторского искусства, основы физиогномики и графологии, особенности вербального и невербального общения..

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу, на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.