

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Таганрогского института
имени А.П. Чехова (филиала)
РГЭУ (РИНХ)
_____ Голобородько А.Ю.
« ____ » _____ 20__ г.

**Рабочая программа дисциплины
Деловые коммуникации**

направление 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) 38.03.02.01 Управление малым бизнесом

Для набора _____ года

Квалификация
бакалавр

КАФЕДРА **экономики и гуманитарно-правовых дисциплин****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	13			
Неделя	13			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	26	26	26	26
Практические	26	26	26	26
Итого ауд.	52	52	52	52
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	56	56	56	56
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 26.04.2022 протокол № 9/1.

Программу составил(и): д-р экон. наук, Проф., Стаханов Д.В. _____

Зав. кафедрой: Майорова Л. Н. _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОК-4: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОПК-4: способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

ПК-20: владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

Уметь:

Владеть:

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Введение. Виды деловой коммуникации.				
1.1	Вербальные средства в деловой коммуникации. 1. Человеческая речь как источник информации. 2. Речевые средства общения. 3. Стили письма и речи: официально-деловой, научный, публицистический, разговорная речь. 4. KISS.-принцип (держись краткости и простоты) в деловой коммуникации. Краткость и ясность изложения. 5. Значение и акцент, правописание, грамматика и пунктуация в речевой коммуникации. Подтекст. /Лек/	3	4		Л1.1
1.2	Вербальные средства в деловой коммуникации. 1. Речевые средства общения. 2. Стили письма и речи. /Пр/	3	4		Л1.1
1.3	Вербальные средства в деловой коммуникации. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/	3	4		Л1.1
1.4	Невербальные средства в деловой коммуникации. Образные средства коммуникации 1. Язык жестов в деловом общении. Средства невербальной коммуникации. 2. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. 3. Визуальные средства в коммуникативном процессе. Преимущества и недостатки их использования в деловой коммуникации. /Лек/	3	2		Л1.1
1.5	Невербальные средства в деловой коммуникации. Образные средства коммуникации. 1. Средства невербальной коммуникации. 2. Визуальные средства в коммуникативном процессе. /Пр/	3	2		Л1.1
1.6	Невербальные средства в деловой коммуникации. Образные средства коммуникации. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/	3	6		Л1.1
	Раздел 2. Барьеры в деловом общении.				

2.1	<p>Гендерный аспект коммуникативного поведения.</p> <p>1. Проблема «гендерной коммуникации». Анализ гипотезы гендерно-ориентированной личности; гендерно-ориентированного речевого производства; гендерно-ориентированных когнитивных структур и ментальных моделей.</p> <p>2. Определение «коммуникативной грамотности».</p> <p>3. Общение с мужчинами: психологические и коммуникативные особенности мужского поведения.</p> <p>4. Общение с женщинами: психологические и коммуникативные особенности женского поведения. /Лек/</p>	3	2		Л1.1
2.2	<p>Гендерный аспект коммуникативного поведения.</p> <p>1. Общение с мужчинами: психологические и коммуникативные особенности мужского поведения.</p> <p>2. Общение с женщинами: психологические и коммуникативные особенности женского поведения. /Пр/</p>	3	2		Л1.1
2.3	<p>Гендерный аспект коммуникативного поведения.</p> <p>Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/</p>	3	6		Л1.1
2.4	<p>Коммуникативные барьеры в деловом общении.</p> <p>1. Виды барьеров.</p> <p>1.1 Физиологические и психологические барьеры.</p> <p>1.2 Социальные и культурные барьеры.</p> <p>2. Преодоление барьеров в деловой коммуникации.</p> <p>3. Значение слушания в деловом общении.</p> <p>4. Вопросы в деловой коммуникации. Виды вопросов. Ответы на вопросы.</p> <p>5. Собеседование как коммуникативный канал в деловом общении. Типы собеседований.</p> <p>6. Практика организации и проведения. /Лек/</p>	3	2		Л1.1
2.5	<p>Коммуникативные барьеры в деловом общении.</p> <p>1. Виды барьеров.</p> <p>2. Преодоление барьеров в деловой коммуникации.</p> <p>3. Практика организации и проведения. /Пр/</p>	3	4		Л1.1
2.6	<p>Коммуникативные барьеры в деловом общении.</p> <p>Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. Подготовка к контрольной работе и коллоквиуму, сдаче реферата. /Ср/</p>	3	6		Л1.1
2.7	<p>Критика и комплименты в деловой коммуникации.</p> <p>1. Критика как один из компонентов контактологии. Функции критики. Виды критики.</p> <p>2. Использование критики в деловой коммуникации.</p> <p>3. Психологические издержки критики.</p> <p>4. Техника нейтрализации замечаний. Приемы снижения негативного воздействия замечаний.</p> <p>5. Позитивные установки на восприятие критики. Комплимент как один из компонентов контактологии.</p> <p>6. Функции комплимента в деловом взаимодействии. Правила комплимента.</p> <p>7. Психологический механизм приема «приятные слова».</p> <p>8. Комплименты для делового взаимодействия. /Лек/</p>	3	4		Л1.1
2.8	<p>Критика и комплименты в деловой коммуникации.</p> <p>Критика и комплимент как компоненты контактологии и их использование в деловой коммуникации. /Пр/</p>	3	2		Л1.1
2.9	<p>Критика и комплименты в деловой коммуникации.</p> <p>Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/</p>	3	4		Л1.1
	<p>Раздел 3. Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении. Формы деловой коммуникации.</p>				

3.1	Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении 1. Знание психотипов партнеров как возможность определения стратегии и тактики коммуникативного процесса. 2. Типы личности. 3. Психометрические характеристики личности. 4. Возможные психолого-коммуникативные типы посетителей коммерческих ярмарок и выставок /Лек/	3	4		Л1.1
3.2	Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении. 1. Психотипы и психометрические характеристики личности. 2. Возможные психолого-коммуникативные типы посетителей коммерческих ярмарок и выставок /Пр/	3	4		Л1.1
3.3	Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/	3	4		Л1.1
3.4	Формы деловой коммуникации. 1. Деловая беседа: структура деловой беседы; вопросы для самоанализа перед деловой беседой; передача информации собеседнику; аргументирование; принятие решений и завершение беседы; факторы успеха деловой беседы. 2. Деловая беседа по телефону: особенности телефонного разговора; подготовка телефонного звонка; как себя вести во время телефонной беседы; выражения, которых следует избегать; этикет междугородного телефонного разговора. 3. Спор, полемика, дебаты: психологические аспекты убеждения; психологические аспекты внушения; виды спора; технология сократовского спора. 4. Деловые переговоры: подготовка к переговорам; цели переговоров; предмет переговоров; структура переговоров; начало переговоров; некорректные тактические приемы деловых партнеров; варианты поведения деловых партнеров; 5. Деловые совещания: типы совещаний; подготовка совещания; правила поведения на совещании; как контролировать дискуссию; анализ проведенного совещания. 6. Пресс-конференция: зачем проводят пресс-конференцию; подготовка к пресс-конференции; предварительные встречи с представителями прессы; где и как проводить пресс- конференцию; проведение пресс-конференции. 7. Торги: виды торгов; технология ведения торгов; наступательные методы на торгах; как заставить партнера сказать «да»; как научиться говорить «нет»; приемы отказа. 8. Презентация: цели презентации; виды презентации. /Лек/	3	6		Л1.1
3.5	Формы деловой коммуникации. 1. Деловая беседа. Деловая беседа по телефону. 2. Спор, полемика, дебаты. 3. Деловые переговоры. 4. Деловые совещания. Презентация. 5. Пресс-конференция. 6. Торги. /Пр/	3	6		Л1.1
3.6	Формы деловой коммуникации. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/	3	20		Л1.1
3.7	Межкультурная коммуникация. 1. Постановка проблемы межкультурной коммуникации. 2. Национальное коммуникативное поведение. Национальный характер. 3. Национальные особенности коммуникативного поведения народов мира. 4. Основные особенности русского коммуникативного поведения. /Лек/	3	2		Л1.1
3.8	Межкультурная коммуникация. Национальное коммуникативное поведение и национальный характер. /Пр/	3	2		Л1.1

3.9	Межкультурная коммуникация. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. Подготовка к контрольной работе и коллоквиуму, сдаче реферата. /Ср/	3	6		Л1.1
3.10	/Экзамен/	3	36		Л1.1

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Тимофеев, М. И.	Деловые коммуникации: учеб. пособие	М.: РИОР: ИНФРА-М, 2012	10

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<http://www.improvement.ru> ООО «Организация Времени» – единственная в России консалтинговая компания, специализирующаяся исключительно на управлении временем и личной эффективности менеджера.

<http://www.megarost.ru> Карьерный рост, информационные технологии, управление качеством.

5.4. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов 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 (МОДУЛЯ)

Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, др. оборудование или компьютерный класс.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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