

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 курсам**

Курс	2		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
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

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

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

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

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/	2	4		Л1.1
1.2	Вербальные средства в деловой коммуникации. 1. Речевые средства общения. 2. Стили письма и речи. /Пр/	2	4		Л1.1
1.3	Вербальные средства в деловой коммуникации. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/	2	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. /Пр/	2	2		Л1.1
1.5	Невербальные средства в деловой коммуникации. Образные средства коммуникации. 1. Средства невербальной коммуникации. 2. Визуальные средства в коммуникативном процессе. /Пр/	2	2		Л1.1
1.6	Невербальные средства в деловой коммуникации. Образные средства коммуникации. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/	2	6		Л1.1
	Раздел 2. Барьеры в деловом общении.				

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

3.1	Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении 1. Знание психотипов партнеров как возможность определения стратегии и тактики коммуникативного процесса. 2. Типы личности. 3. Психогеометрические характеристики личности. 4. Возможные психолого-коммуникативные типы посетителей коммерческих ярмарок и выставок /Ср/	2	6		ЛП.1
3.2	Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении. 1. Психотипы и психогеометрические характеристики личности. 2. Возможные психолого-коммуникативные типы посетителей коммерческих ярмарок и выставок /Ср/	2	4		ЛП.1
3.3	Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/	2	4		ЛП.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. /Ср/	2	6		ЛП.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. /Ср/	2	6		ЛП.1
3.6	Формы деловой коммуникации. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/	2	20		ЛП.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. /Ср/	2	2		ЛП.1
3.8	Межкультурная коммуникация. Национальное коммуникативное поведение и национальный характер. /Ср/	2	5		ЛП.1

3.9	Межкультурная коммуникация. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. Подготовка к контрольной работе и коллоквиуму, сдаче реферата. /Ср/	2	6		ЛП.1
3.10	/Экзамен/	2	9		ЛП.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,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛП.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.