

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) 38.03.02.03 Экономика и управление малым бизнесом

Для набора \_\_\_\_\_ года

Квалификация  
бакалавр

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

Курс Вид занятий	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	125	125	125	125
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:**

<b>Знать:</b>
<b>Уметь:</b>
<b>Владеть:</b>

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Введение. Виды деловой коммуникации.</b>				
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. /Ср/	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
	<b>Раздел 2. Барьеры в деловом общении.</b>				

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. /Ср/</p>	2	6		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. /Ср/</p>	2	6		Л1.1
2.3	<p>Гендерный аспект коммуникативного поведения.</p> <p>Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/</p>	2	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. /Ср/</p>	2	6		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. /Ср/</p>	2	4		Л1.1
2.6	<p>Коммуникативные барьеры в деловом общении.</p> <p>Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/</p>	2	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. Compliment 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. Compliments для делового взаимодействия. /Ср/</p>	2	8		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. /Ср/</p>	2	6		Л1.1
2.9	<p>Критика и комплименты в деловой коммуникации.</p> <p>Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/</p>	2	6		Л1.1
	<p><b>Раздел 3. Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении. Формы деловой коммуникации.</b></p>				

3.1	<p>Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знание психотипов партнеров как возможность определения стратегии и тактики коммуникативного процесса.</li> <li>2. Типы личности.</li> <li>3. Психометрические характеристики личности.</li> <li>4. Возможные психолого-коммуникативные типы посетителей коммерческих ярмарок и выставок /Ср/</li> </ol>	2	6		Л1.1
3.2	<p>Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психотипы и психометрические характеристики личности.</li> <li>2. Возможные психолого-коммуникативные типы посетителей коммерческих ярмарок и выставок /Ср/</li> </ol>	2	4		Л1.1
3.3	<p>Психолого-коммуникативный фактор в деловом общении.</p> <p>Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/</p>	2	4		Л1.1
3.4	<p>Формы деловой коммуникации.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>3. Спор, полемика, дебаты: психологические аспекты убеждения; психологические аспекты внушения; виды спора; технология сократовского спора.</li> <li>4. Деловые переговоры: подготовка к переговорам; цели переговоров; предмет переговоров; структура переговоров; начало переговоров; некорректные тактические приемы деловых партнеров; варианты поведения деловых партнеров;</li> <li>5. Деловые совещания: типы совещаний; подготовка совещания; правила поведения на совещании; как контролировать дискуссию; анализ проведенного совещания.</li> <li>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.</li> <li>7. Торги: виды торгов; технология ведения торгов; наступательные методы на торгах; как заставить партнера сказать «да»; как научиться говорить «нет»; приемы отказа.</li> <li>8. Презентация: цели презентации; виды презентации. /Ср/</li> </ol>	2	6		Л1.1
3.5	<p>Формы деловой коммуникации.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Деловая беседа. Деловая беседа по телефону.</li> <li>2. Спор, полемика, дебаты.</li> <li>3. Деловые переговоры.</li> <li>4. Деловые совещания. Презентация.</li> <li>5. Пресс-конференция.</li> <li>6. Торги. /Ср/</li> </ol>	2	6		Л1.1
3.6	<p>Формы деловой коммуникации.</p> <p>Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. /Ср/</p>	2	20		Л1.1
3.7	<p>Межкультурная коммуникация.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Постановка проблемы межкультурной коммуникации.</li> <li>2. Национальное коммуникативное поведение. Национальный характер.</li> <li>3. Национальные особенности коммуникативного поведения народов мира.</li> <li>4. Основные особенности русского коммуникативного поведения. /Ср/</li> </ol>	2	2		Л1.1
3.8	<p>Межкультурная коммуникация.</p> <p>Национальное коммуникативное поведение и национальный характер. /Ср/</p>	2	5		Л1.1

3.9	Межкультурная коммуникация. Написание эссе по теме, основываясь на изученном ранее материале. Подготовка к контрольной работе и коллоквиуму, сдаче реферата. /Ср/	2	6		Л1.1
3.10	/Экзамен/	2	9		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.