



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫМИ ПРОЦЕССАМИ В
БИЗНЕСЕ**

Кафедра Менеджмент факультета управления

Образовательная программа

38.03.02 - Менеджмент

Направленность (профиль) программы

Управление бизнесом

Уровень высшего образования

бакалавриат

Форма обучения


очная, очно-заочная

Статус дисциплины: - **часть формируемая участниками образовательных
отношений ОПОП**

Махачкала - 2022 год

Рабочая программа дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» составлена в 2022 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02.Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. N 970» ,

Разработчик: Кафедра «Менеджмент»

Дадаева У. С., к.э.н., доц. 

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры «Менеджмент» от 17.06.2022 г., протокол № 11

Зав. кафедрой  Магомедбеков Г.У

на заседании Учебно-методическая комиссия факультета управления от 01.07.2022г.
протокол № 10

Председатель  Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно - методическим

управлением 4.07.2022г.  Гасангаджиева А.Г.

Рабочая программа дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» составлена в 2022 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02.Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. N 970» .

Разработчик: Кафедра «Менеджмент»

Дадаева У. С., к.э.н., доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры «Менеджмент» от 17.06.2022 г., протокол № 11

Зав. кафедрой _____ Магомедбеков Г.У

на заседании Учебно-методическая комиссия факультета управления от 01.07 2022г.
протокол № 10

Председатель _____ Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно - методическим

управлением 4.07.2022г. _____ Гасангаджиева А.Г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1.Цели освоения дисциплины**
- 2.Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**
- 3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)**
- 4.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)**
- 5.Образовательные технологии**
- 6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**
- 7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**
- 8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**
- 9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.**
- 10.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**
- 11.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.**
- 12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» входит в часть формируемую участниками образовательных отношений, ОПОП образовательной программы 38.03.02– Менеджмент, направленность (профиль) «Управление бизнесом».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой Менеджмент.

Содержание дисциплины нацелено на освоение студентами этических основ, форм и сфер делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными партнёрами в рамках делового протокола; этических норм, требований этикета. Курс ориентирован на овладение навыками воздействия на партнёра и клиентуру методами и тактическими приёмами рационального обеспечения своих интересов и достижения эффективного сотрудничества.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

- **универсальных -УК-4.** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

- **общепрофессиональных - ОПК -5** Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, деловых игр и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144 ч.

Форма обучения очная

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					из них		
	Все го	Лекц ии	Лабора торные занятия	Практич еские занятия	КСР			
2						144	32	

Форма обучения очно-заочная

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в	Форма промежуточной аттестации (зачет,
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с					из них		

	преподавателем					том числе экзамен	дифференциро- ванный зачет, экзамен
	Все го	из них					
		Лекц ии	Лабора торные занятия	Практич еские занятия	КСР		
2	144	26		26		92 (56+36)	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» являются:

формирование у будущих специалистов системы базовых знаний и навыков для построения эффективных деловых коммуникаций как основы управленческой деятельности, приобретение студентами знаний основ делового общения в организации, закрепление навыков эффективного устного делового общения, закрепление навыков эффективного письменного делового общения.

Целью освоения дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» является:

- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде;

- выявление роли рационального обеспечения своих интересов и достижения эффективного сотрудничества;

- изучение основного инструментария делового общения.

Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие задачи:

- ознакомить студента с навыками воздействия на партнёра и клиентуру, методами и тактическими приёмами деловых переговоров;

- выделить основные правила и нормы деловой этики и делового этикета;

- изучить как свободно и профессионально войти в деловой мир, где существуют давно утвердившиеся правила и нормы деловой этики и делового этикета;

- рассмотреть вопросы рационального обеспечения своих интересов и достижения эффективного сотрудничества;

- обосновать необходимость освоения студентами этических основ, форм и сфер делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными партнёрами в рамках делового протокола.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» входит в часть формируемую участниками образовательных отношений ОПОП Образовательная программа 38.03.02– Менеджмент направленность (профиль) «Управление бизнесом».

Дисциплина «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» базируется на знаниях основ экономической психологии, этики менеджмента. Изучение данной дисциплины должно предшествовать изучению основ менеджмента, управлению человеческими ресурсами, организационному поведению и других дисциплин профессионального цикла.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

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

- общепрофессиональных - ОПК -5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

Код и наименование компетенции из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ОПОП)	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>ОПК -5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуаль</p>	<p>ИУК – 4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от целей и условий партнерства, адаптирует речь, стиль общения к ситуациям взаимодействия</p> <p>ИУК – 4.2. Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем</p> <p>ИУК – 4.3. Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий</p> <p>ИУК – 4.4. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный</p> <p>ИУК – 4.5. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели коммуникации</p> <p>ИУК – 4.6. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p> <p><i>ОПК-5.1.</i>Использует современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p> <p><i>ОПК-5.2.</i> Решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий</p> <p><i>ОПК 5.3.</i>Формирует траекторию развития объекта управления в активной среде с использованием аналитических инструментов и информационных технологий.</p> <p><i>ОПК 5.4.</i> Применяет современные инструменты менеджмента и информационно-коммуникационные</p>	<p>Знает: основные приемы и нормы социального взаимодействия, основные понятия и методы конфликтологии технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.</p> <p>Умеет: устанавливать и поддерживать контакты,обеспечивающие успешную работу в коллективе, применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутрикоманды.</p> <p>Владеет:простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде.методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для профессиональной деятельности для управления производственными процессами.</p> <p>Умеет: выявлять, формировать и удовлетворять потребности в сфере внедрения, адаптации и настройки информационной системы для управления производственными процессами.</p> <p>Владеет: умением и навыками информационного обеспечения управления производственными процессами; методами и средствами выявления и</p>	<p>Устный опрос, письменный опрос;</p> <p>Устный опрос, письменный опрос;</p>

ный анализ.	технологии для разработки мероприятий по повышению эффективности организации. <i>ОПК 5.5</i> Использует системно-креативные технологии и творческие подходы в управлении организацией.	формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа информации для управления производственными процессами	
-------------	---	---	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения очная

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	ВСЕГО	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоят. работа	Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
				Лекции	Практически	Лабораторн ые занятия	Контр.само ст. работа		
МОДУЛЬ 1. Основы теории и виды деловой коммуникации									
	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Управление коммуникационным и процессами в бизнесе»	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
	Тема 2. Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
	Тема 3. Деловая риторика и основы публичного выступления	2	10	4	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита доклада
	Тема 4. Презентации: их место и роль в	2	10	2	4			4	Опрос, оценка выступлений,

управленческой коммуникации								подготовка презентаций
Итого по 1 модулю		36	10	12			14	
Модуль 2. Основные задачи деловой коммуникации								
Тема 5. Техническое обеспечение делового общения	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
Тема 6. Деловая беседа	2	10	4	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
Тема 7. Деловое совещание	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, деловая игра
Тема 8. Деловые переговоры	2	10	2	4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, деловая игра
Итого по 2 модулю		36	10	10			16	
Модуль 3. «Современные формы деловых коммуникаций»								
Тема 9. Деловая и коммерческая переписка		6	2	2			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
Тема 10. Этикет в деловом общении		10	4	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
Тема 11. Имидж в деловом общении		10	2	4			4	Опрос, оценка выступлений, деловая игра
Тема 12. Деловой этикет с иностранными партнерами	2	10	4	4			2	Опрос, оценка выступлений, подготовка презентаций
Итого по 3 модулю		36	12	12			12	
Экзамен							36	
ИТОГО:			32	32		44	144	

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	ВСЕГО	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятел. работа	Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
				Лекции	Практически	Лабораторн ые занятия	Контр.само ст.работа		
Модуль 1. Основы теории и виды деловой коммуникации									
	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Управление коммуникационным и процессами в бизнесе»	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
	Тема 2. Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
	Тема 3. Деловая риторика и основы публичного выступления	2	10	2	2			6	Опрос, оценка выступлений, защита доклада
	Тема 4. Презентации: их место и роль в управленческой коммуникации	2	10	2	4			4	Опрос, оценка выступлений, подготовка презентаций
	Итого по 1 модулю		36	8	10			18	
Модуль 2. Основные задачи деловой коммуникации									
	Тема 5. Техническое обеспечение делового общения	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
	Тема 6. Деловая беседа	2	10	2	2			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
	Тема 7. Деловое совещание	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита

									реферата, деловая игра
	Тема 8. Деловые переговоры	2	10	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, деловая игра
	Итого по 2 модулю		36	8	8			20	
Модуль 3. «Современные формы деловых коммуникаций»									
	Тема 9. Деловая и коммерческая переписка	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
	Тема 10. Этикет в деловом общении	2	10	2	2			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
	Тема 11. Имидж в деловом общении	2	8	2	2			4	Опрос, оценка выступлений, деловая игра
	Тема 12. Деловой этикет с иностранными партнерами	2	10	4	2			4	Опрос, оценка выступлений, подготовка презентаций
	Итого по 3 модулю		36	10	8			18	
	Экзамен		36						
	ИТОГО:		36	26	26			56	144

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. «Основы теории и виды деловой коммуникации»

Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Управление коммуникационными процессами в бизнесе»

Место теории коммуникации в системе научного знания. Теория коммуникации как междисциплинарная отрасль знания. Задачи менеджера в области коммуникации. Процесс коммуникации. Коммуникационная сеть. Коммуникационный процесс в деловом общении. Отправитель, сообщение, канал, получатель. Этапы коммуникации – зарождение идеи, кодирование и выбор канала, передача, декодирование, обратная связь.

Тема 2. «Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации».

Виды коммуникаций, вербальная и невербальная коммуникация, межличностные, организационные, формальные, неформальные. Общение, понятие, структура, виды. Влияние личных качеств на общение. Сангвиник, флегматик, холерик, меланхолик. Диалоговое общение, групповые формы делового общения, информативное собеседование. Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения). Барьеры в общении. Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения).

Тема 3. «Деловая риторика и основы публичного выступления»

Риторика, ее основные понятия и правила, оратор, аудитория, предварительная отработка навыков риторики, непосредственная подготовка к выступлению, поведение во время выступления, принципы речевого воздействия, доступность, презентация,

коммуникационные эффекты деловой риторики, эффект визуального впечатления, эффект первых фраз, эффект техники речи, организация публичного выступления.

Тема 4. «Презентации: их место и роль в управленческой коммуникации»

Цели, подготовка и проведение презентации. Типы презентации товаров и услуг. Презентация товара при продаже. Коммуникативные приемы подхода к покупателям. Значение создания положительного имиджа для делового человека. Установление контакта с партнером при самопрезентации. Учет типов деловых партнеров (открытый, позитивный, респектабельный, оптимально настроенный, при самопрезентации).

Модуль 2. «Основные задачи деловой коммуникации»

Тема 5. «Техническое обеспечение делового общения»

Телефонный разговор, официальные, неофициальные, дружеские, нейтральные переговоры, абонемент, организация телефонного разговора, организация общения, когда вы являетесь инициатором разговора, установка контакта с абонентом, телефонограмма, ее реквизиты, практические советы по организации телефонного разговора. Системы передачи информации, абонент системы передачи данных, каналы связи, классификация технических средств делового общения, факсимильная связь, факсимильные аппараты, передача факсимильных сообщений, факс-модемы, принципы построения и функционирования интернет, услуги интернет

Тема 6. «Деловая беседа»

Деловая беседа, организация деловой беседы, неофициальные регламентированные, нерегламентированные, кадровые, дисциплинарные, творческие, проблемные, организационные, беседы с посетителями.

Как подготовить, провести и завершить деловую беседу (перцептивные цели деловой беседы, фаза передачи информации, аргументирования, принятие решений)? Роль вопросов в деловой беседе и их классификация.

Деловая беседа по телефону: особенности достижения желаемого результата (план беседы, подготовка телефонного звонка, входящие, исходящие звонки).

Критический разбор итогов беседы.

Тема 7. «Деловое совещание»

Деловое совещание, классификация деловых совещаний, организация проведения делового совещания, протокол, определение регламента выступления, психологический климат, Деловые совещания: типы совещаний. Подготовка совещаний: определение, повестки дня цели, перечни обсуждаемых вопросов, времени и места проведения участников, ответственных за подготовку вопросов и проектов решений. Правила поведения на совещании для руководителей и участников. Определение цели совещания, приемы проведения совещания. Принятие коллективного решения.

Тема 8. «Деловые переговоры»

Организация деловых переговоров, этапы проведения переговоров, решение организационных вопросов, проработка основного содержания деловых переговоров, методы ведения деловых переговоров: жесткий подход, позиционный торг, мягкий подход, принципиальные переговоры, тактика ведения деловых переговоров: уклонение от борьбы, затягивание, выжидание, «салями», выражение согласия или выражение несогласия и т.д.

Модуль 3. «Современные формы деловых коммуникаций»

Тема 9. «Деловая и коммерческая переписка»

Понятие и классификация деловой переписки, деловое письмо, классификация деловых писем: тематика, функциональность, адресность, форма отправления, структурированность, композиционность, письмо-запрос, письмо-предложение, рекламация, оформление делового письма, резолюция в деловой корреспонденции, электронная почта

Тема 10. «Этикет в деловом общении»

Понятие, виды и свойства этикета, официальный и неофициальный этикет, придворный, дипломатический, воинский, деловой этикеты, основные правила делового этикета,

мораль, эстетический аспект, правила приветствия, правила представления, правила обращения, правила денежных отношений, правила организации деловых контактов, правила поведения в приемной и в кабинете начальника, правила деловой субординации, прием по личным вопросам, искусство комплимента.

Тема 11. «Имидж в деловом общении»

Понятие и классификация имиджа, свойства имиджа, характер отношения личности к своему имиджу, период и круг действия, торговая марка, имидж государства, факторы влияющие на формирование имиджа, этическая модель поведения, стратегическая модель поведения, манера общения, имидж фирмы, компоненты корпоративного имиджа.

Тема 12. «Деловой этикет с иностранными партнерами»

Национальные особенности в деловом общении в странах Востока. Китай, Япония, Индия. Особенности делового этикета в западноевропейских странах. Англия, Германия, Франция, Италия, Испания, Швеция, Швейцария. Особенности делового поведения и общения в США, Канаде, Австралии.

Темы практических или семинарских занятий

МОДУЛЬ 1. Основы теории и виды деловой коммуникации

План семинарского занятия по теме 1 «Предмет, цели и задачи курса «Деловая коммуникация»

Цель изучить цели и задачи коммуникации

1. Охарактеризуйте цели и задачи коммуникации
2. Дайте определения понятиям «коммуникация», «деловая коммуникация»,
3. Задачи менеджера в деловой коммуникации.
4. Процесс коммуникации
5. Коммуникационная сеть.

Литература: 1,2,5,8

План семинарского занятия по теме 2 «Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации»

Цель изучить виды коммуникаций и барьеров

1. Виды коммуникаций. Вербальная и невербальная коммуникация
2. Межличностные и организационные коммуникации
3. Формальные и неформальные коммуникации
4. Влияние личностных качеств на общение
5. Общение: понятие, структура, виды.
6. Общение как обмен информацией.
7. Виды барьеров

Литература: 1,3,7,10

План семинарского занятия по теме 3. «Деловая риторика и основы публичного выступления»

Цель уметь публично выступать

1. Риторика, ее основные понятия и правила,
2. Оратор, аудитория,
3. Предварительная отработка навыков риторики,
4. Непосредственная подготовка к выступлению,
5. Поведение во время выступления
6. Принципы речевого воздействия, презентация,
7. Коммуникационные эффекты деловой риторики,
8. Презентация, виды презентации
9. Самопрезентация

10. Резюме

Литература: 2,7,9,12,14

План семинарского занятия по теме 4. «Презентации: их место и роль в управленческой коммуникации»

Цель изучить основные принципы подготовки презентаций

1. Цели, подготовка и проведение презентации.
2. Типы презентации товаров и услуг. Презентация товара при продаже.

Коммуникативные приемы подхода к покупателям.

3. Значение создания положительного имиджа для делового человека.
4. Установление контакта с партнером при самопрезентации.
5. Учет типов деловых партнеров (открытый, позитивный, респектабельный, оптимально настроенный, при самопрезентации).
6. Подготовка текстовых слайдов

Литература: 1,2,5,7,8,10

Модуль 2. «Основные задачи деловой коммуникации»

План семинарского занятия по теме 5. «Техническое обеспечение делового общения»

Цель уметь организовать телефонный разговор

1. Телефонный разговор,
2. Организация телефонного разговора,
3. Организация общения, когда вы являетесь инициатором разговора установка контакта с абонентом
4. Телефонограмма, ее реквизиты
5. Практические советы по организации телефонного разговора.
6. Системы передачи информации
7. Абонент системы передачи данных
8. Классификация технических средств делового общения
9. Функции интернет, услуги интернет.

Литература: 1,3,6,8,9

План семинарского занятия по теме 6 «Деловая беседа»

Цель изучить принципы построения деловой беседы

1 Деловая коммуникация как процесс взаимодействия деловых партнеров; основные задачи, формы, деловые коммуникативные формы. 2. Деловые беседы, их виды и их особенности в организации: целевые, официальные, неофициальные регламентированные, нерегламентированные, кадровые, дисциплинарные, творческие, проблемные, организационные, беседы с посетителями. 3. Как подготовить, провести и завершить деловую беседу (перцептивные цели деловой беседы, фаза передачи информации, аргументирования, принятие решений)? 4. Роль вопросов в деловой беседе и их классификация. 5. Деловая беседа по телефону: особенности достижения желаемого результата (план беседы, подготовка телефонного звонка, входящие, исходящие звонки). 6. Критический разбор итогов беседы.

Литература: 1,2,5,10,13

План семинарского занятия по теме 7 «Деловое совещание»

Цель уметь проводить деловые совещания

1. Классификация деловых совещаний
2. Организация проведения делового совещания, протокол
3. Определение регламента выступления,
4. Психологический климат
5. Типы личностей на совещании
6. Деловые совещания: типы совещаний. 7. Подготовка совещаний: определение, повестки дня, цели, перечни обсуждаемых вопросов, времени и места проведения участников,

ответственных за подготовку вопросов и проектов решений. 8. Правила поведения на совещании для руководителей и участников. 9. Определение цели совещания, приемы проведения совещания. 10. Ролевая игра. Проводим деловое совещание. 11. Принятие коллективного решения.

Литература: 1,3,6,7,12

План семинарского занятия по теме 8. «Деловые переговоры»

Цель уметь проводить деловые переговоры

1. Организация деловых переговоров
2. Этапы проведения переговоров
3. Решение организационных вопросов
4. Проработка основного содержания деловых переговоров
5. Методы ведения деловых переговоров
6. Тактика ведения деловых переговоров

Литература: 2,4,8,11,15

Модуль 3. «Современные формы деловых коммуникаций»

План семинарского занятия по теме 9. «Деловая и коммерческая переписка»

Цель изучить классификацию деловой переписки

1. Понятие и классификация деловой переписки
2. Деловое письмо
3. Классификация деловых писем: тематика, функциональность, адресность
4. Форма отправления, структурированность, композиционность
5. Письмо-запрос, письмо-предложение, рекламация
6. Оформление делового письма, резолюция в деловой корреспонденции
7. Электронная почта

Литература: 1,3,6,10,12,14

План семинарского занятия по теме 10. «Этикет в деловом общении»

Цель изучить классификацию деловой переписки

1. Понятие, виды и свойства этикета
2. Официальный и неофициальный этикет, придворный, дипломатический, воинский, деловой этикеты
3. Основные правила делового этикета

Литература: 2,4,7,9,13

План семинарского занятия по теме 11. «Имидж в деловом общении»

Цель изучить понятие и классификацию имиджа

1. Понятие и классификация имиджа
2. Свойства имиджа
3. Характер отношения личности к своему имиджу, период и круг действия
4. Торговая марка
5. Факторы влияющие на формирование имиджа
6. Манера общения,
7. Имидж фирмы, компоненты корпоративного имиджа.

Литература: 1,3,5,8,10,12

План семинарского занятия по теме 12. «Деловой этикет с иностранными партнерами»

Цель изучить национальные особенности делового этикета разных стран

1. Национальные особенности в деловом общении в странах Востока.
2. Китай, Япония, Индия.
3. Особенности делового этикета в западноевропейских странах. Англия, Германия, Франция, Италия, Испания, Швеция, Швейцария.
4. Особенности делового поведения и общения в США, Канаде, Австралии.

Литература: 1,2,6,7,11,13

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации при проведении деловых переговоров, делового совещания, деловой беседы.
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, и государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

Занятия, проводимые в интерактивной форме:

Методы	Лекции (час)	Практические /семинарские Занятия (час)	Всего
Работа в команде	2	2	4
«Мозговой штурм» (атака)	2	2	4
Работа в группах	2	2	4
Выступление в роли обучающего	2	2	4
Итого интерактивных занятий	8	8	16

Использование технологий, развивающих навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (чтение интерактивных лекций, проведение групповых дискуссий и проектов, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей, проведение ролевых игр, тренингов и других технологий), преподавание дисциплин в форме авторских курсов по программам, составленным на основе результатов исследований научных школ вуза, учитывающих региональную и профессиональную специфику при условии реализации содержания образования и формировании компетенций выпускника, определяемых настоящим ФГОС.

Вузовская лекция должна выполнять не только информационную функцию, но также и мотивационную, воспитательную и обучающую.

Информационная функция лекции предполагает передачу необходимой информации по теме, которая должна стать основой для дальнейшей самостоятельной работы студента.

Мотивационная функция должна заключаться в стимулировании интереса студентов к науке. На лекции необходимо заинтересовывать, озадачить студентов с целью выработки у них желания дальнейшего изучения той или иной экономической проблемы.

Воспитательная функция ориентирована на формирование у молодого поколения чувства ответственности, закладку нравственных, эстетических норм поведения в обществе

и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Методика освоения дисциплины базируется на самостоятельном изучении студентами теоретического материала с помощью рекомендуемой учебно - методической литературы, закреплении его в ходе аудиторных занятий в форме лекций, семинаров и практических занятий, консультаций с преподавателем и групповых обсуждений по исследуемым темам, выполнении конкретных заданий (case-study). Удельный вес занятий проводимых в интерактивной форме (лекция – дискуссия, лекция – беседа лекция - консультация, проблемная лекция), определяется главой целью программы и особенностью контингента учащихся, а также содержанием дисциплин и в целом учебном процессе они должны составлять не менее 20 часов аудиторных занятий.

Самостоятельная работа студентов является составной частью курса «Управление коммуникационными процессами в бизнесе», предполагает более глубокую проработку тем и разделов курса. Самостоятельная работа может быть в виде конспектов, рефератов, презентаций, коммуникативных задач.

Работа над презентациями. Демонстрация презентаций на семинарах в течение семестра.

Письменная работа с использованием дополнительной литературы «Коммуникация в «контактной зоне». Сдают преподавателю, работа оценивается.

Работа с текстами (тексты подготовлены преподавателем) «Коммуникативные качества речи». Каждый студент получает раздаточный материал, с которым работает дома. Сдают в письменной форме.

Индивидуальные коммуникативные задачи, целью которых является формирование навыков коммуникативных стилей. Мини – контрольная на семинаре «Невербальная коммуникация»

Работа над текстами, составленными преподавателем. Нарбатываются навыки фиксирования прочитанной информации. Работа с конспектами, составление аннотаций, реферирование.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
<i>Модуль 1. Основы теории и виды деловой коммуникации</i>		
<i>Тема .1</i> Предмет, цели и задачи курса	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
<i>Тема</i> 2.Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, решение коммуникативных задач.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий

<i>Тема 3.</i> Деловая риторика и основы публичного выступления	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка презентации, слайдов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
<i>Тема 4.</i> «Презентации: их место и роль в управленческой коммуникации»	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка презентации, слайдов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
Модуль 2. Основные задачи деловой коммуникации		
<i>Тема 5.</i> Техническое обеспечение делового общения	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема 6.</i> Деловая беседа	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, подготовка деловой игры по ведению деловой беседы	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
<i>Тема 7.</i> Деловое совещание	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, подготовка деловой игры по ведению делового совещания	Опрос, оценка выступлений, защита реферата
<i>Тема 8.</i> Деловые переговоры	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, подготовка деловой игры по ведению переговоров.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Модуль 3. «Современные формы деловых коммуникаций»		
<i>Тема 9.</i> Деловая и коммерческая переписка	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, изучить написание писем для всех типов организаций.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
<i>Тема 10</i> Этикет в деловом общении	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка презентации.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема 11</i> Имидж в деловом общении	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка презентации.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема 12</i> Деловой этикет с иностранными партнерами	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовить презентацию о деловом этикете с иностранными партнерами	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

Изучение дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» предполагает проведение лекций, семинарских и практических занятий, выполнение рефератов и самостоятельную работу студентов. Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине заключается в изучении рекомендуемой литературы и нормативных актов, переданной на самостоятельное изучение, изучений примеров из практики, подготовке научных докладов, а также рефератов.

Выполнение реферата направлено на изучение студентами актуальных вопросов, связанных с разработкой коммуникационной политики предприятия, формирование у студентов навыков критического осмысления действительности и выработку на основе анализа самостоятельных управленческих решений.

Реферат - письменная аналитическая работа, предусмотренная учебным планом по одному из актуальных вопросов теории или практики в рамках учебной дисциплины.

Каждому студенту предоставляется право выбора темы реферата из рекомендованного кафедрой списка. При выборе темы необходимо учитывать наличие источников базы, начальные знания по теме, опыт практической работы, личный интерес к анализу избираемой проблемы. Определившись с темой, найти учебную, научную литературу, статьи в журналах. Прежде чем приступить к изложению материала, студент должен продумать план написания реферата, выработать строгую логику изложения, проработать аргументацию к основным теоретическим положениям, сформулировать возможные выводы по каждому разделу, чтобы в заключительной части текста можно было представить обобщенные выводы по теме, обеспечивающие смысловую завершенность исследования.

Реферат состоит из введения, основной части и заключения, а также списка использованной литературы. Как правило, во введении раскрывается актуальность темы, объект и предмет анализа, цель и задачи исследования проблемы. В основной части определяются ключевые понятия, их связи и отношения, формулируются основные положения, вытекающие из анализа научных источников, юридических и иных документов, материалов практики. В заключении подводятся итоги авторского исследования, делаются выводы, предлагаются практические рекомендации по исследуемой проблеме. Объем реферата - не более 15-20 страниц машинописного текста через 1,5 интервал.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания

Образец тестового задания к модулю

Вариант 1

1. Вербальное общение дополняется:

- а) настроением коммуникатора;
- б) экстралингвистическими элементами;
- в) эзоповскими иносказаниями;
- г) прямой речью.

2. Грамотности делового письма отвечают следующие пункты:

- а) орфография, грамматика;
- б) морфология, синтаксис;
- в) правописание прописных (заглавных) букв;
- г) пунктуация;
- д) согласование в предложениях (стилистика).

3. Качества делового человека предполагают:

- а) умение быть внимательным к окружающим и иметь приличный внешний вид;
- б) соблюдать правила быть пунктуальным и любезным;
- в) умение разбираться в людях на уровне специалиста;
- г) соблюдать конфиденциальность, быть грамотным.

4. Современная философия не включает такие этические системы:

- а) этику ценностей;
- б) формальный и материальный комплекс ценностей;
- в) социальную этику;
- г) христианскую этику.

5. Переговоры системно охватывают:

- а) переговоры руководителей;
- б) все виды контактов между людьми;
- в) многоплановые допереговорочные мероприятия;
- г) обмен информацией, восприятие и понимание людей.

Вариант 2.

1. Деловое общение в полной мере проявляется через:

- а) предварительные – предконтрактные – протокольные действия;
- б) коммуникативность – перцептивность – интерактивность;
- в) логику – этику – эстетику;
- г) опыт – знания дела – интуитивность.

2. Убеждая партнера делового общения можно использовать:

- а) воздействие посредством доказательств;
- б) схоластику и единых штампов из опыта своих и чужих;
- в) логически упорядочение фактов и выводов;
- г) объективную логику, прямого и косвенного доказательства.

3. Деловое письмо отвечает следующим требованиям:

- а) яркости и лаконичности;
- б) любезности;
- в) грамотности;
- г) краткости и завершенности;
- д) все перечисленное;

4. Кто больше всех тратит время на общение?

- а) начальник цеха;
- б) бригадир;
- в) вице-президент компании;
- г) начальник участка.

5. Коммуникативность и интерактивность в общении включает:

- а) активные и пассивные инструменты делового общения;
- б) восприятие внешнего и внутреннего проявления общения;
- в) относительные и абсолютные уровни понимания, контактируемых в деловом общении;
- г) влияние, словесная суггестия, непосредственное понимание в данном пространственно-временном континууме.
- ж) применение приемов изоляции и навязывания ритма.

Вариант 3.

1. Коммуникативность и интерактивность в общении включает:

- а) активные и пассивные инструменты делового общения;
- б) восприятие внешнего и внутреннего проявления общения;
- в) относительные и абсолютные уровни понимания, контактируемых в деловом общении;
- г) влияние, словесная суггестия, непосредственное понимание в данном пространственно-временном континууме.
- ж) применение приемов изоляции и навязывания ритма.

2. Этические системы не включают:

- а) относительные и абсолютные нравственные ценности;
- б) мировоззренческое мироощущение бытия человеческого социума;
- в) нравственные законы священных писаний;
- г) формальный и материальный.

3. Внушение как убеждение предполагает в своих инструментах следующие элементы:

- а) софизмы и паралогизмы;
- б) влияние авторитета;
- в) супертезисы научных аргументаций;
- г) общественное положение;
- д) волевое навязывание, психологическое и психотропное воздействие;
- е) обаяние, интеллектуальное и волевое превосходство;
- ж) обладание (наличие) харизма.

4. Принуждение в деловом общении – это:

- а) необходимый инструмент общения все время;
- б) инструмент приведения в соглашательство;
- в) императивный или насильственный метод воздействия на людей;
- г) всегда этически можно оправдать как метод воздействия.

5. Влияние личностных качеств на общение – это:

- а) форма общения руководителя с подчиненными;
- б) форма практического достижения целей коммуникации человека в среде общения;
- в) добровольное соглашение и ведомость (управляемость) подчиненного;
- г) чувственный и интуитивный уровень восприятия собеседника.

6. Переговоры призваны как:

- а) способ самовывживания;
- б) способ разрешения или урегулирования недостатков;
- в) действие, направленное на снижение стрессов в обществе;
- г) один из основных способов разрешения или урегулирования конфликтов и решения проблем.

7. Диалоговое общение включает:

- а) создание благоприятной атмосферы;
- б) принятие решения и доведение его до собеседника;
- в) анализ, обобщение протоколированных и непроотоколированных бесед прошлых периодов;
- г) уточнение влияющих на выбор решения факторов;
- д) ознакомление с решаемым вопросом и его изложение и выбор решения.

8. К общим правилам правильного ведения беседы следует отнести:

- а) говорить то, что хочет от вас услышать ваш собеседник, поскольку каждый хочет услышать то, что ему интересно (выгодно);
- б) соблюдать определенных правил строгости и мягкости;
- в) высокое расположение духа и желание угодить собеседнику;
- г) стремиться искренности, справедливости и объективности;
- д) умение быстро приводить аргументы и фамилии авторитетов, а также афоризмы великих мыслителей;
- е) соблюдать спокойствие и твердость;
- ж) добиваться изящества, точности и лаконичности

Тематика рефератов:

1. Специфика деловой коммуникации в различных культурах.
2. Особенности западного и восточного делового дискурса.
3. Вербальные и невербальные средства общения и их функция в деловой коммуникации
4. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры.
5. Характеристики конфликтогенного поведения. Виды и способы устранения конфликтов.
6. Специфика телефонных переговоров с точки зрения бизнес – этикета.
7. Коммуникация в Интернет с представителями разных культур.
8. Бизнес – этикет. Национальная и культурная специфика.
9. Деловая коммуникация в межкультурном контексте.
10. Специфика телефонных переговоров.

11. Техники подстройки к собеседнику по телефону. Профессиональный диалог с клиентом
12. Виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления
13. Функции деловых переговоров, составляющие процесса деловых переговоров
14. Стили деловых переговоров.
15. Давление в переговорах и способы противостояния в деловых переговорах
16. Запрещенные приемы в деловых переговорах.
17. Манипуляции, применяемые в деловых переговорах.
18. Основные ошибки при проведении презентаций
19. Техника убеждения в переговорах.
20. Давление в переговорах и способы противостояния
21. Аспекты деловой коммуникации, необходимые в процессе продаж.
22. Гендерный аспект в бизнесе.
23. Вербальные и невербальные коммуникации
24. Конфликты и конфликтные ситуации в деловых отношениях. Пути и способы их разрешения
25. Процесс коммуникации и его составляющие.
26. Функции и виды деловой коммуникации.
27. Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации.
28. Этика и психология речевой коммуникации.
29. Формулы речевого этикета в различных культурах.
30. Составляющие акта деловой коммуникации (вербальные и невербальные).
31. Физиогномика, невербалика. Их значение в деловой коммуникации.
32. Социотипы и их значение при формировании команды.
33. Специфика процесса деловой коммуникации с представителями разных культур.
34. Коммуникативные ошибки способы их предупреждения.
35. Коммуникативные ошибки при кросс-культурном взаимодействии
36. Основы этнической конфликтологии.
37. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры.
38. Специфика составления деловой корреспонденции.
39. Правила ведения телефонных переговоров.
40. Деловая коммуникация в интернет. Типовое электронное письмо.
41. Виды и способы презентации. Техника успешных презентаций.
42. Основные ошибки при проведении презентаций.
43. Моя система тайм-менеджмента.
44. Технологии тайм-менеджмента.
45. НЛП в бизнесе.
46. Конфликтные ситуации и способы их преодоления в деловой коммуникации
47. Мой психологический портрет
48. Этническая картина мира (когнитивная, социокультурная, географическая).
49. Взаимосвязь национального характера и менталитета.
50. Межкультурные различия в деловой коммуникации.

Контрольные вопросы к экзамену для промежуточного контроля

1. Цели и задачи коммуникации.
2. Коммуникационная сеть.
3. Коммуникационный процесс в деловом общении.
4. Этапы и каналы коммуникации.
5. Задачи менеджера в области коммуникации
6. Виды коммуникаций
7. Общение: влияние личных качеств на общение
8. Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения).
9. Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения).

10. Общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения)
11. Барьеры взаимодействия.
12. Барьеры восприятия
13. Барьеры понимания
14. Как преодолеть барьеры в общении?
15. Способы воздействия партнеров друг на друга
16. Деловая беседа
17. Деловое совещание.
18. Классификация деловых совещаний
19. Организация проведения делового совещания
20. Риторика, ее основные понятия и правила.
21. Коммуникационные эффекты деловой риторики.
22. Организация публичного выступления.
23. Принципы речевого воздействия
24. Структура презентации
25. Этапы подготовки презентации
26. Понятие и основные позиции этики делового общения
27. Этические нормы и правила в деловом общении
28. Этика общения в трудовом коллективе
29. Этические принципы делового общения
30. Составление резюме
31. Организация деловых переговоров
32. Методы ведения деловых переговоров
33. Тактика ведения деловых переговоров
34. Резолюция в деловой корреспонденции
35. Деловое письмо и требования которые надо соблюдать при его написании.
36. Классификации деловых писем
37. Оформление делового письма
38. Резолюция в деловой корреспонденции
39. Свойства имиджа
40. Классификация имиджа
41. Факторы, влияющие на формирование имиджа у человека
42. Имидж фирмы
43. Из каких компонентов складывается имидж фирмы
44. Понятие и принципы этикета
45. Виды этикета
46. Свойства этикета
47. Основные правила делового этикета
48. Основные характеристики этики делового общения в странах Востока
49. Национальные особенности в деловом общении в странах Западной Европы
50. Особенности делового поведения и общения в США, Канаде, Австралии

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Критерии оценки реферата.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.

Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г)

обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Рецензент должен чётко сформулировать замечание и вопросы, желательно со ссылками на работу (можно на конкретные страницы работы), на исследования и фактические данные, которые не учёл автор.

Рецензент может также указать: обращался ли учащийся к теме ранее (рефераты, письменные работы, творческие работы, олимпиадные работы и пр.) и есть ли какие-либо предварительные результаты; как выпускник вёл работу (план, промежуточные этапы, консультация, доработка и переработка написанного или отсутствие чёткого плана, отказ от рекомендаций руководителя).

В конце рецензии руководитель и консультант, учитывая сказанное, определяют оценку. Рецензент сообщает замечание и вопросы учащемуся за несколько дней до защиты.

Студент представляет реферат на рецензию не позднее чем за неделю до экзамена. Рецензентом является научный руководитель. Опыт показывает, что целесообразно ознакомить ученика с рецензией за несколько дней до защиты. Оппонентов назначает председатель аттестационной комиссии по предложению научного руководителя. Аттестационная комиссия на экзамене знакомится с рецензией на представленную работу и выставляет оценку после защиты реферата. Для устного выступления ученику достаточно 10-20 минут (примерно столько времени отвечает по билетам на экзамене).

Оценка 86-100 ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 66-85 – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 51-65 – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка 1-50 – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Оценка 0 – реферат выпускником не представлен.

Критерии оценки самостоятельной работы студентов (заданий, выступлений, кейсов)

Оценка 86-100 ставится тогда, когда: Студент свободно применяет знания на практике; Не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала; Студент выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется в ответах на видоизмененные вопросы; Студент усваивает весь объем программного материала; Материал оформлен аккуратно в соответствии с требованиями;

Оценка 66-85 ставится тогда когда: Студент знает весь изученный материал; Отвечает без особых затруднений на вопросы преподавателя; Студент умеет применять полученные знания на практике; В условных ответах не допускает серьезных ошибок, легко устраняет определенные неточности с помощью дополнительных вопросов преподавателя; Материал оформлен недостаточно аккуратно и в соответствии с требованиями; 19 Оценка

Оценка 51-65 ставится тогда когда: Студент обнаруживает освоение основного материала, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных дополняющих вопросов преподавателя; Предпочитает отвечать на вопросы воспроизводящего характера и испытывает затруднения при ответах на воспроизводящие вопросы; Материал оформлен не аккуратно или не в соответствии с требованиями;

Оценка 1-50 ставится тогда когда: У студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но все, же большая часть не усвоена; Материал оформлен не в соответствии с требованиями.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнесе»

а) основная литература:

1. Жернакова, М.Б., Румянцева, И.А. /Управление коммуникационными процессами в бизнесе: теория и практика: учебник для бакалавров/М.Б. Жернакова, И.А. Румянцева. – М.: Издательство Юрайт, 2018. - 370 с.

2. Дзелошинский И.М., Пильгун М.А. Управление коммуникационными процессами в бизнесе: теория и практика: учебник для бакалавров – М.: Издательство Юрайт, 2020. -4 33 с.

3. Управление коммуникационными процессами в бизнесе: Учебное пособие / Е.И. Кривокоора. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 190 с.:

4.Панфилова, Альвина Павловна. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие / Панфилова, Альвина Павловна ; С.-Петербург. ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права, О-во "Знание" С.-Петербурга и Ленингр. обл. - 3-е изд. - СПб. : ИВЭСЭП: Знание, 2018. - 493,[1] с. - ISBN 5-73-20-0841-1 : 105-82. (26 экз.)

5. Емельянова Е.А. Управление коммуникационными процессами в бизнесе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Емельянова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2019. — 122 с. — 978-5-4332-0185-9. IPRbookсрежим доступа <http://www.iprbookshop.ru/>

б) дополнительная литература:

6. Вечер, Л. Поведение руководителя/ Л. Вечер. -- Мн., 2019.

7. Дейл Карнеги . Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей; Как развить уверенность в себе и влиять на людей путём публичных выступлений; Как перестать беспокоиться и начать жить : [Пер. с англ.] / Карнеги, Дейл. - М. : Евро-пресс и др., 2018. - 593 с. ; 21 см. - ISBN 5-85550-095-0 : 51-00.

8. Дейл Карнеги. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Прогресс. 2018 г.

9. Сопер, Поль Л. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать / Сопер, Поль Л. ; пер. с англ. С.Д. Чижовой; под ред. К.Д. Чижова, Л.М. Яхнич. - 3-е изд. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. - 442 с. - (Психология бизнеса). - ISBN 5-222-07060-3 : 66-55. (15 экз.)

10. Кричевский, Р. Л. Если вы руководитель... / Р. Л. Кричевский. -- М., 2018.

10 Зельдович, Б.З. Деловое общение: Учеб. Пособие/ Б.З. Зельдович - М. : Альфа-Пресс, 2019. - 453 с.

11. Мальханова, И.А.. Деловое общение: Учеб. пособие / И.А. Мальханова М. : Академический проспект, 2020. - 224 с.

12. Мирошниченко А.А. Деловое общение. Практическое руководство для менеджера ; 2019
13. Сопер П. Основы искусства речи/ П. Сопер. -- Ростов н. Д., 2019 - 468 с.
14. Панфилова, А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилова. -- СПб., 2018
15. Емельянова, Е.А. Управление коммуникационными процессами в бизнесе : учебное пособие / Е.А. Емельянова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - Томск : Эль Контент, 2019. - 122 с. : табл., ил. - Библиогр.: с. 100-103. - ISBN 978-5-4332-0185-9 ЭБС университетская научная библиотека

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999. — Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.04.2017). — Яз. рус., англ. 2)
2. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных]/ Даг. гос. ун-т. — Махачкала, г. — Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. — URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения: 22.03.2018).
3. Электронный каталог НБДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит. по ступающих в фонд НБДГУ/ Дагестанский гос. ун-т. — Махачкала, 2010. — Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный (дата обращения: 21.03.2018).
4. Мировая цифровая библиотека / <http://wdl.org/ru/>
5. Публичная Электронная Библиотека / <http://lib.walla.ru/>
6. Российское образование. Федеральный портал. / <http://www.edu.ru/>
7. Русский гуманитарный интернет-университет / <http://www.i-u.ru/biblio/links.aspx?id=6>
8. Университетская библиотека / <http://www.biblioclub.ru/>
9. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки / <http://www.rsl.ru/ru/s2/s101/>
10. Электронная библиотека учебников / <http://studentam.net/>
11. Электронная библиотека IQlib / <http://www.iqlib.ru/>
12. Lib.Ru: Библиотека Максима Мошкова / <http://lib.ru/>
13. Официальный сайт Президента Российской Федерации // www.kremlin.ru
14. Официальный сайт Министерства иностранных дел Российской Федерации // www.mid.ru
15. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации // www.economy.gov.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

– Изучение дисциплины сводится к подготовке специалистов, обладающих знаниями, необходимыми для выполнения своей профессиональной деятельности, и, прежде всего, знанием и изучением теорий делового общения, знакомство в области деловой коммуникации;

Преподавание «Управление коммуникативными процессами в бизнесе» должно формироваться - основными методами таких форм деловой коммуникации, как деловая беседа, деловые переговоры, деловое совещание, презентации, дискуссии и т.д.;

- владеть знаниями об имидже делового человека;

- навыками грамотно и профессионально вести телефонный разговор, деловую переписку, деловые переговоры.

– В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Выполнение практических заданий способствует более глубокому изучению проблем, заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы. Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.