



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

*Факультет управления*

Кафедра менеджмент

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Образовательная программа  
**38.03.02 - Менеджмент**

Профиль подготовки  
**Производственный менеджмент**

Уровень высшего образования  
**бакалавриат**

Форма обучения  
очная, заочная

Статус дисциплины: - вариативная

Махачкала - 2020 год

Рабочая программа дисциплины «Управление интеллектуальной собственностью» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент» (уровень бакалавриат) от « 12 » января 2016 г. № 7

Разработчик: Дадаева У.С. к.э.н., доц.кафедры Менеджмент

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры «Менеджмент» от 10.03.2020 г., протокол № 10

И.о.зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Магомедбеков Г.У.

на заседании Учебно-методическая комиссия факультета управления от 13.03.2020г. протокол № 10

Председатель \_\_\_\_\_ Гашимова Л.Г.

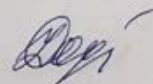
Рабочая программа дисциплины согласована с учебно - методическим

управлением 23.03.2020 г.

\_\_\_\_\_ Гасангаджиева А.Г.

Рабочая программа дисциплины «Деловые коммуникации» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 – «Менеджмент» (уровень бакалавриат) от « 12 » января 2016 г. № 7

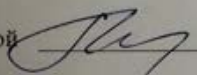
Разработчик: Дадаева У.С. к.э.н., доц.кафедры Менеджмент



Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры «Менеджмент» от 10.03.2020 г., протокол № 10

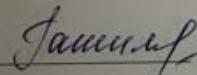
И.о.зав. кафедрой



Магомедбеков Г.У.

на заседании Учебно-методическая комиссия факультета управления от 13.03.2020г.  
протокол № 10

Председатель



Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно - методическим  
управлением 23.03.2020 г.



Гасангаджиева А.Г.

## СОДЕРЖАНИЕ

### 1.Цели освоения дисциплины

### 2.Место дисциплины в структуре ОПОПбакалавриата

- 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 «Деловые коммуникации» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент.

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:

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

**ПК-1** - владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры;

**ПК-12** умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) 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 3 зачетные единицы, в том числе академических часах по видам учебных занятий 108 ч.

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							
	Все го	из них						
Лекц ии		Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации			
3	108	18		34			56	Экзамен

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Деловые коммуникации» 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.

Актуальный курс «Деловые коммуникации» нацелен 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. Данная дисциплина призвана помочь будущему специалисту компетентно овладеть навыками делового общения в целях обеспечения высокой конкурентной позиции, более свободно и профессионально войти в деловой мир, где существуют давно утвердившиеся правила и нормы деловой этики и делового этикета.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Деловые коммуникации» входит в вариативную часть профессионального цикла образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. Дисциплина «Деловые коммуникации» 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) .

Код компетенции из ФГОС ВО	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
<b>ОПК-4</b>	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<p><b>знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и функции общения;</li> <li>- формы и виды деловой коммуникации;</li> <li>- особенности деловой коммуникации в различных национальных культурах.</li> </ul> <p><b>умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- давать характеристику деловому общению, официально – деловому стилю речи;</li> <li>- преодолевать речевые барьеры при общении;</li> <li>- использовать приемы активного слушания;</li> </ul> <p><b>владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами таких форм деловой коммуникации, как деловая беседа, переговоры, презентации, дискуссии и т.д.;</li> <li>- владеть знаниями об имидже делового человека;</li> <li>- навыками грамотно и профессионально вести телефонный разговор, деловую переписку, деловое совещание</li> </ul>
<b>ПК-1</b>	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения	<p><b>знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>принципы развития и закономерности функционирования организации; роли,</li> </ul>

<p><b>ПК-12</b></p>	<p>стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p> <p>умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>	<p>функции и задачи менеджера в современной организации;</p> <p><b><u>умеет:</u></b></p> <p>использовать средства анализа внешних и внутренних факторов деятельности организации; выявлять проблемы организационных структур и разрабатывать предложения по их совершенствованию.</p> <p><b><u>владеет:</u></b></p> <p>методами реализации основных управленческих функций; навыками анализа проблем управления в различных организациях; современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; навыками формирования и оценки процессов руководства и лидерства в организациях</p> <p><b><u>знает:</u></b></p> <p>сущность коммуникации, ее роль в деловой сфере общественных отношений; технологиями эффективного ведения межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p> <p><b><u>умеет:</u></b></p> <p>организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами. эффективно взаимодействовать для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.</p> <p><b><u>владеет:</u></b></p> <p>основными методами межличностных, групповых и организационных коммуникаций, навыками достижения коммуникативных целей</p>
---------------------	---	--

### 3. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости ( <i>по неделям семестра</i> )  Форма промежуточной аттестации ( <i>по семестрам</i> )
				Лекции	Практически е занятия	Лабораторн ые занятия	Контроль самост. раб.		
<b>МОДУЛЬ 1. Основы теории и виды деловой коммуникации</b>									
	Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации	2		2	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
	Тема 2. Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации	2		2	4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	Тема 3. Деловая риторика и основы публичного выступления	2		2	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
	Тема 4. Диалоговое общение	2		2	4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	<i>Итого по модулю</i>		36	8	16			12	
<b>Модуль 2. Основные задачи деловой коммуникации</b>									
	Тема 5. Деловые переговоры	2		2	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
	Тема 6. Техническое обеспечение делового общения	2		2	2			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий



Тема 7. Деловая и коммерческая переписка	2		2	4			1	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
Тема 8. Имидж и этикет в деловом общении	2		2	4			1	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
Тема 9. Деловой этикет с иностранными партнерами	2		2	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
<i>Итого по модулю</i>		36	10	18			8	
Экзамен		36					36	
<b>ИТОГО:</b>		108	18	34			20	

Форма обучения: заочная

НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ	Количество часов			
	Всего	в том числе		
		Лекции	Практ. занятия	Самост. работа
<i>Тема 1.</i> Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации»	18	1	1	16
<i>Тема 2.</i> Деловая риторика и основы публичного выступления	18	1	1	16
<i>Тема 3.</i> Деловые переговоры	18	1	1	16
<i>Тема 4.</i> Имидж и этикет в деловом общении	18	1	1	16
<i>Экзамен</i>	36			36
<b>ИТОГО:</b>	108	4	4	108

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

##### Модуль 1. «Основы теории и виды деловой коммуникации»

##### Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Деловые коммуникации»

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. «Диалоговое общение»**

Деловая беседа, организация деловой беседы, определение темы деловой беседы, основных задач и целей, выбор места и времени проведения деловой беседы, резюме, деловое совещание, классификация деловых совещаний, организация проведения делового совещания, протокол, определение регламента выступления, психологический климат

**Модуль 2. «Основные задачи деловой коммуникации»**

**Тема 5. «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.

**Тема 6. «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 8. «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. «Имидж и этикет 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. Понятие, виды и свойства этикета, официальный и неофициальный этикет, придворный, дипломатический, воинский, деловой этикет, 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 9. «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»

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.

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

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.

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

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

### План семинарского занятия по теме 4. «Диалоговое общение»

1. Деловая беседа,
2. Организация деловой беседы
3. Определение темы деловой беседы
4. Выбор места и времени проведения деловой беседы
5. Выбор места и времени проведения деловой беседы
6. Деловое совещание,
7. Классификация деловых совещаний
8. Организация проведения делового совещания, протокол
9. Определение регламента выступления, психологический климат

## **Модуль 2. «Основные задачи деловой коммуникации»**

### План семинарского занятия по теме 5. «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

План семинарского занятия по теме 6. «Техническое обеспечение делового общения»

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.

План семинарского занятия по теме 7. «Деловая и коммерческая переписка»

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

План семинарского занятия по теме 8. «Имидж и этикет в деловом общении»

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.
8. Понятие, виды и свойства этикета
9. Официальный и неофициальный этикет, придворный, дипломатический, воинский, деловой этикеты
10. Основные правила делового этикета,

План семинарского занятия по теме 9.. «Деловой этикет с иностранными партнерами»

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.

### **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.

#### **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 «Деловые коммуникации», 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
Тема . Предмет, цели и задачи курса	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,

	информации. Подготовка реферата. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	
<i>Тема</i> Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, эссе, решение коммуникативных задач.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<i>Тема</i> Деловая риторика и основы публичного выступления	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка презентации, слайдов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата,
<i>Тема</i> Диалоговое общение	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, подготовка презентации	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема</i> Деловые переговоры	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, подготовка деловой игры по ведению переговоров.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта.
<i>Тема</i> Деловая и коммерческая переписка	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, изучить написание писем для всех типов организаций.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема</i> Техническое обеспечение делового общения	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема</i> Имидж и этикет в деловом общении	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка презентации.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
<i>Тема</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.

**При подготовке презентации** важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его.

- Презентация должна содержать не менее 15 слайдов.
- В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация.
- Обязательным является наличие графиков, схем, диаграмм.
- Слайды должны быть прокомментированы.

- Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации.

**Решение коммуникативных задач.** Тексты заданий подготовлены преподавателем. Студенты получают раздаточный материал, с которым работают дома. Сдают в письменном виде. Оценивается умение и навыки студента при разрешении коммуникативной задачи.

**Реферат**—это сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами. Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда.

Одна из главных задач реферата - это доложить, донести идеи до аудитории, мобилизовать ее знания. Для совершенствования этого умения в помощь привлекается обширная литература о лекторском мастерстве и ораторском искусстве. Реферат - это не сочинение, а обзор публикаций, доступных по заданной теме. Обзор, в отличие от сочинения, не требует ни фантазии, ни оригинальности мышления, ни высказывания новых идей. Разумеется, в реферате можно приводить собственные утверждения и высказывания, но, во-первых, это совсем не обязательно, а во-вторых, уместно не во всех разделах работы.

Процесс написания реферата включает:

- выбор темы;
- подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление;
- устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции практической деятельности, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве. Рекомендованная ниже тематика рефератов примерная. Студент при желании может сам предложить ту или иную тему, предварительно согласовав ее с научным руководителем.

Работу над рефератом следует начинать с общего ознакомления с темой (прочтение соответствующего раздела учебника, учебного пособия, конспектов лекций). После этого необходимо изучить нормативные акты, литературные и иные источники, рекомендованные преподавателем. Однако перечень источников не должен связывать инициативу студента. Он может использовать произведения, самостоятельно подобранные в результате изучения библиографии в библиотеке.

Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и заключения, где формируются выводы, оценки, предложения.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять научные термины, избегать непривычных или двусмысленных понятий и категорий, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста. Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем работы.

Объем реферата — от 10 до 15 машинописных страниц.

На титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя, а в самом конце — дату написания работы.

### **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 конфликтного 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. Мои психологический портрет
48. Этническая картина мира (когнитивная, социокультурная, географическая).
49. Взаимосвязь национального характера и менталитета.
50. Межкультурные различия в деловой коммуникации.

### ***Методические указания по написанию эссе***

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Подготовка эссе позволяет четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики темы формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации с использованием изучаемых моделей, подробное исследование предложенной задачи с развернутыми мнениями, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.

Чаще всего используется следующая структура эссе.

Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы предстоит найти ответ в ходе исследования.

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. Следовательно, наполняя содержанием разделы аргументацией (соответствующей подзаголовкам), необходимо в пределах параграфа ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Хорошо проверенный (и для большинства — совершенно необходимый) способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается сделать (и ответить на вопрос, хорош ли замысел). Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить.

Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д.

### **Примерная тематика эссе:**

- 1) Концепции межкультурных различий: теория ценностных ориентаций Клакхон и Стродбека, теория ценностных конфигураций Парсонса.
- 2) Параметры межкультурных различий: теории Хофстеде, Тромпенаарса.
- 3) Теория Холла: высоко- и низко- контекстные культуры.
- 4) Восприятие времени в различных культурах: концепция Льюиса.
- 5) Психология межкультурного взаимодействия: особенности коммуникации с представителями другой культуры.
- 6) Феномен культурного шока его значение в деловой коммуникации.
- 7) Факторы, влияющие на кросс-культурную коммуникацию: стереотипы, предрассудки, дискриминация.
- 8) Вербальное межкультурное общение: проявление межкультурных различий в языке и ментальности.
- 9) Политическая корректность: ее роль в деловой межкультурной коммуникации.
- 10) Кросс-культурный менеджмент, предмет и методы исследования.
- 11) Воздействие национальной культуры на управление организацией.
- 12) Различные классификации корпоративных культур.
- 13) Бизнес-этикет в разных культурах.
- 14) Маркетинг в различных культурах.
- 15) Специфика деловых переговоров с представителями Запада (США, Страны Европы)
- 16) Специфика деловых переговоров с представителями Стран Востока.
- 17) Этикет дарения в разных культурах.
- 18) Специфика гастрономического этикета в разных культурах.
- 19) Специфика невербальной коммуникации с представителями разных культур.
- 20) Специфика деловой коммуникации в Интернет
- 21) Виды и формы деловой коммуникации в Интернет
- 22) Корпоративные блоги как СМИ компании
- 23) Особенности деловой коммуникации в социальных сетях
- 24) Специфика электронных переговоров

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

**7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения

<p><b>ОПК-4</b></p>	<p>способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	<p><b><u>знает:</u></b>          виды и функции общения;          - формы и виды деловой коммуникации;          - особенности деловой коммуникации в различных национальных культурах.</p> <p><b><u>умеет:</u></b>          - давать характеристику деловому общению, официально – деловому стилю речи;          - преодолевать речевые барьеры при общении</p>	<p>Письменный опрос, устный опрос, написание рефератов, тестирование, решение задач</p>
<p><b>ПК -1</b></p>	<p>-владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p>	<p><b><u>владеет:</u></b>          - основными методами таких форм деловой коммуникации, как деловая беседа, переговоры, презентации, дискуссии и т.д.;          - владеть знаниями об имидже делового человека;          - навыками грамотно и профессионально вести телефонный разговор, деловую переписку, деловое совещание</p> <p><b><u>знает:</u></b>          принципы развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации;</p> <p><b><u>умеет:</u></b>          использовать средства анализа внешних и внутренних факторов деятельности организации; выявлять проблемы организационных структур и разрабатывать предложения по их совершенствованию.</p>	<p>Письменный опрос, устный опрос, написание рефератов, тестирование, решение задач</p>
<p><b>ПК- 12</b></p>	<p>умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой</p>	<p><b><u>владеет:</u></b>          методами реализации основных управленческих функций; навыками анализа проблем управления в различных</p>	

	<p>информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>	<p>организациях; современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; навыками формирования и оценки процессов руководства и лидерства в организациях</p> <p><b>знает:</b> сущность коммуникации, ее роль в деловой сфере общественных отношений; технологии эффективного ведения межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p> <p><b>умеет:</b> организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами. эффективно взаимодействовать для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.</p> <p><b>владеет:</b> основными методами межличностных, групповых и организационных коммуникаций, навыками достижения коммуникативных</p>	<p>Письменный опрос, устный опрос, написание рефератов, тестирование, решение задач</p>
--	--	---	---

## 7.2. 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 непротоколированных 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

**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

**7.3. 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

### Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Деловые коммуникации»

#### а) основная литература:



1. Жернакова, М.Б., Румянцева, И.А. /Деловые коммуникации: теория и практика: учебник для бакалавров/М.Б. Жернакова, И.А. Румянцева. – М.: Издательство Юрайт, 2017. - 370 с.

2. Дзелошинский И.М., Пильгун М.А. Деловые коммуникации: теория и практика: учебник для бакалавров – М.: Издательство Юрайт, 2016. -4 33 с.

3. Деловые коммуникации: Учебное пособие / Е.И. Кривокопа. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 190 с.:

4.Панфилова, Альвина Павловна. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие / Панфилова, Альвина Павловна ; С.-Петерб. ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права, О-во "Знание" С.-Петербурга и Ленингр. обл. - 3-е изд. - СПб. : ИВЭСЭП: Знание, 2005. - 493,[1] с. - ISBN 5-73-20-0841-1 : 105-82. (26 экз.)

5. Емельянова Е.А. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Емельянова. — Электрон.текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2014. — 122 с. — 978-5-4332-0185-9. IPRbooksрежим доступа<http://www.iprbookshop.ru/>

#### **б) дополнительная литература:**

1. Вечер, Л. Поведение руководителя/ Л. Вечер. -- Мн., 2016.

2. 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., 2005. - 593 с. ; 21 см. - ISBN 5-85550-095-0 : 51-00.

3. Дейл Карнеги. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. М.: Прогресс. 2015 г.

4. 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.)

5. 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, 2017. - 453 с.

6. Мальханова, И.А.. Деловое общение: Учеб.пособие / И.А. Мальханова М. : Академический проспект, 2017. - 224 с.

7. Мирошниченко А.А Деловое общение. Практическое руководство для менеджера ; 2016

8. Сопер П. Основы искусства речи/ П. Сопер. -- Ростов н. Д., 2017 - 468 с.

9. Панфилова, А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилова. -- СПб., 2016.

10. Емельянова, Е.А. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.А. Емельянова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - Томск : Эль Контент, 2014. - 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. <http://www.aup.ru> (Административно-управленческий портал)

2. <http://www.ptpu.ru> (Теория и практика управления)

3. <http://www.amr.ru> (Официальный сайт ассоциации менеджеров России)

4. <http://www.biblioclub.ru/> Университетская библиотека

5. [www.amr.ru](http://www.amr.ru) Ассоциация менеджеров России

#### **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Деловые коммуникации» 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 «Деловые коммуникации» 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, Microsoft Office, Visual Studio 2017, Windows 10, Windows Server 2016, Visual Studio Enterprise 2017, Kaspersky System Center 10. Использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.