Негосударственное образовательное учреждение высшего образования

«Московский институт юриспруденции»

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.14 Бизнес-коммуникация и деловые переговоры

Направление: **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль): **«Менеджмент организации»**

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики, менеджмента и таможенного дела

28 августа 2023г., протокол №01

Заведующий кафедрой
доктор экономических наук, профессор Федорова И.Ю.

Подписано цифровой подписью: НОУ ВО "МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ЮРИСПРУДЕНЦИИ"
DN: ИНН ЮЛ=7707329152, E=uc@tax.gov.ru, ОГРН=1047707030513, C=RU, S=77 Москва, L=г. Москва, STREET="ул. Неглинная, д. 23", O=Федеральная налоговая служба, CN=Федеральная налоговая служба
Причина: Я утвердил этот документ, ректор Бойко В.Л.
Дата: 17 Ноябрь 2023 г. 12:18:56

Москва
2023

1. Наименование и цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Бизнес-коммуникация и деловые переговоры» является развитие коммуникативной компетентности, способствующей установлению эффективных деловых связей в профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Бизнес-коммуникация и деловые переговоры» относится к обязательной части блока Б1.

Успешному изучению учебной дисциплины «Бизнес-коммуникация и деловые переговоры» способствуют знания, умения и владения полученные обучающимися при изучении таких дисциплин, как: «Русский язык и культура речи», «Экономическая теория», «Основы проектной деятельности» и другие.

Полученные знания, навыки и умения при изучении дисциплины «Бизнес-коммуникация и деловые переговоры» обучающиеся смогут использовать при изучении таких дисциплин, как: «Деловой иностранный язык», «Лидерство и управление командой», а также при прохождении практики.

При проведении учебных занятий по дисциплине «Бизнес-коммуникация и деловые переговоры» развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением интерактивных лекций по темам: тема № 3. Средства бизнес-коммуникации, тема № 4. Устные бизнес-коммуникации, тема № 5. Письменные бизнес-коммуникации, проведением групповых дискуссий на практических занятиях, ролевых игр, тренингов, анализа ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов по темам: тема № 2. Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы, тема № 3. Средства бизнес-коммуникации, тема № 6. Управление организационными коммуникациями, тема № 7. Межкультурная коммуникация, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата

3.1. Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы, приведен в таблице:

Группа компетенций	Категория компетенций	Коды и содержание компетенций
Универсальные	Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
	Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
	Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	Инклюзивная компетентность	УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и

Группа компетенций	Категория компетенций	Коды и содержание компетенций
		профессиональной сферах
Общепрофессиональные		
Профессиональные		ПК-2 Способен анализировать, обосновывать и выбирать решение

3.2. Компетенции и индикаторы их достижения, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы

Компетенции и индикаторы их достижения, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы, приведены в таблице:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Содержание индикатора компетенции
УК-3	УК-3.2	Предвидит и умеет предупредить конфликты в процессе социального взаимодействия
	УК-3.3	Владеет техниками установления межличностных и профессиональных контактов, развития профессионального общения, в том числе в интернациональных командах
УК-4	УК-4.2	Грамотно строит коммуникацию, исходя из целей и ситуации; использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами
	УК-4.3	Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном(-ых) языках
	УК-4.4	Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(-ых) языке(-ах)
УК-5	УК-5.2	Находит и использует необходимую для взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп
УК-9	УК-9.2	Свободно строит диалог в социальной и профессиональной сфере с лицом с ОВЗ
	УК-9.3	Понимает значение слова «толерантность», демонстрирует толерантное отношение по отношению к лицам с ограниченными возможностями здоровья
ПК-2	ПК-2.1	Анализирует решения в соответствии с поставленной целью

3.3. Результаты обучения по дисциплине (модулю)

Результаты освоения дисциплины (модуля) приведены в таблице:

Код и наименование индикатора компетенции	Показатели (планируемые) результаты обучения	Код результата обучения
Предвидит и умеет предупредить конфликты в процессе социального взаимодействия (УК-3.2)	**Знать:** – механизмы возникновения и разрешения социальных конфликтов.	УК-3.2-З1
	Уметь: – выявлять особенности поведения участников	УК-3.2-У1

Код и наименование индикатора компетенции	Показатели (планируемые) результаты обучения	Код результата обучения
	социальных отношений.	
	Владеть: – методикой предотвращения конфликтов в коллективе.	УК-3.2-В1
Владеет техниками установления межличностных и профессиональных контактов, развития профессионального общения, в том числе в интернациональных командах (УК-3.3)	**Знать:** – теоретические основы социального взаимодействия и профессиональных контактов.	УК-3.3-З1
	Уметь: – корректно применять знания о коллективе как системе в различных формах социальной практики, в том числе в интернациональных командах.	УК-3.3-У1
	Владеть: – навыками восприятия разнообразия и культурных различий для развития профессионального общения.	УК-3.3-В1
Грамотно строит коммуникацию, исходя из целей и ситуации; использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами (УК-4.2)	**Знать:** – способы грамотного построения коммуникации, исходя из целей и ситуации.	УК-4.2-З1
	Уметь: – использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами.	УК-4.2-У1
	Владеть: – вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнёрами.	УК-4.2-В1
Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном(-ых) языках (УК-4.3)	**Знать:** – методику поиска необходимой информации посредством использования информационных технологий для решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном(-ых) языках.	УК-4.3-З1
	Уметь: – понимать основное содержание текста и запрашиваемой информации на государственном и иностранном(-ых) языках.	УК-4.3-У1
	Владеть: – современными методами сбора, обработки и анализа информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном(-ых) языках.	УК-4.3-В1
Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(-ых) языке(-ах) (УК-4.4)	**Знать:** – значения и функции основных частей речи, лексический минимум 1200 лексических единиц.	УК-4.4-З1
	Уметь: – понимать основное содержание текста и запрашиваемой информации по изученной тематике, понимать смысл основных частей монолога и диалога.	УК-4.4-У1
	Владеть: – базовыми навыками разговорной речи,	УК-4.4-В1

Код и наименование индикатора компетенции	Показатели (планируемые) результаты обучения	Код результата обучения
	орфографическими навыками.	
Находит и использует необходимую для взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп (УК-5.2)	**Знать:** - информацию о способах взаимодействия с людьми различных социальных групп, их культурных особенностях и традициях, в т.ч. с лиц ОВЗ.	УК-5.2-З1
	Уметь: – применять различную информацию о сферах деятельности разных социальных групп при решении социальных и профессиональных задач.	УК-5.2-У1
	Владеть: – навыками взаимодействия с различными социальными группами людей с учётом их культурных особенностей и традиций, состояния здоровья.	УК-5.2-В1
Свободно строит диалог в социальной и профессиональной сфере с лицом с ОВЗ (УК-9.2)	**Знать:** – терминологию, связанную с ограниченными возможностями здоровья людей.	УК-9.2-З1
	Уметь: – уметь осуществлять взаимодействие с лицом с ограниченными возможностями здоровья в различных сферах жизни.	УК-9.2-У1
	Владеть: – методами свободного построения диалога в социальной и профессиональной сфере с лицом с ОВЗ.	УК-9.2-В1
Понимает значение слова "толерантность", демонстрирует толерантное отношение по отношению к лицам с ограниченными возможностями здоровья (УК-9.3)	**Знать:** – принципы формирования толерантности к лицам с ограниченными возможностями здоровья.	УК-9.3-З1
	Уметь: – понимая значение слова «толерантность», демонстрировать толерантное отношение по отношению к лицам с ограниченными возможностями здоровья.	УК-9.3-У1
	Владеть: – навыками просветительской деятельности по работе с различными группами людей.	УК-9.3-В1
Анализирует решения в соответствии с поставленной целью (ПК-2.1)	**Знать:** – методы анализа организационно-управленческих решений с учетом поставленных целей.	ПК-2.1-З1
	Уметь: – применять методы анализа решений на основе целеполагания.	ПК-2.1-У1
	Владеть: – методами анализа эффективности решений в соответствии с поставленной целью.	ПК-2.1-В1

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.
Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).
Формы контроля – **экзамен:** заочная форма обучения на 2 курсе.

4.1. Общий объем учебной дисциплины

№	Форма обучения	Семестр / Курс	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем			Сам. работа	Промеж. аттестация
			в з.е.	в часах	всего	лекции	практ. занятия		
1	Заочная	2 курс	3	108	8	4	4	91	Экзамен – 9

4.2. Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий

4.2.1 Заочная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем			Самост. работа	Результаты обучения
			всего	лекции	практ. занятия		
1.	Тема № 1. Бизнес-коммуникация, ее сущность и характеристики	11	1	1		10	УК-3.2-З1 УК-3.3-З1 УК-3.2-У1 УК-3.3-У1 УК-3.2-В1 УК-3.3-В1
2.	Тема № 2. Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы	12	1		1	11	УК-4.2-З1 УК-4.3-З1 УК-4.2-У1 УК-4.3-У1 УК-4.2-В1 УК-4.3-В1
3.	Тема № 3. Средства бизнес-коммуникации	12	1		1	11	УК-5.2-З1 УК-9.2-З1 УК-5.2-У1 УК-9.2-У1 УК-5.2-В1 УК-9.2-В1
4.	Тема № 4. Устные бизнес-коммуникации	20	1	1		19	УК-9.3-З1 ПК-2.1-З1 УК-9.3-У1 ПК-2.1-У1 УК-9.3-В1 ПК-2.1-В1
5.	Тема № 5. Письменные бизнес-коммуникации	20	1	1		19	УК-4.4-З1 УК-4.4-У1 УК-4.4-В1
6.	Тема № 6. Управление организационными коммуникациями	12	2	1	1	10	УК-4.2-З1 УК-4.3-З1 УК-5.2-З1 УК-4.2-У1 УК-3.3-В1 УК-4.2-В1
7.	Тема № 7. Межкультурная коммуникация	12	1		1	11	УК-4.2-З1 УК-4.3-З1 УК-5.2-З1

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем			Самост. работа	Результаты обучения
			всего	лекции	практ. занятия		
							УК-4.2-У1 УК-3.3-В1 УК-4.2-В1
	Экзамен	9					
	Всего по дисциплине	**108**	**8**	**4**	**4**	**91**	

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам

5.1. Темы и содержание лекционных занятий

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание лекционного курса
1.	Тема № 1. Бизнес-коммуникация, ее сущность и характеристики	Понятие коммуникации. Типы и виды коммуникаций. Специфика и основные задачи деловой коммуникации. Предметно-целевое содержание деловой коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия.
2.	Тема № 2. Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы	Способы передачи и приема информации. Содержание коммуникационного процесса. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
3.	Тема № 3. Средства бизнес-коммуникации	Вербальные средства делового общения. Деловое общение как обмен информацией. Психотехника речи. Стили (мужской, женский) и виды слушания (пассивное, активное). Приемы активного слушания.
4.	Тема № 4. Устные бизнес-коммуникации	Виды деловых коммуникаций. Деловая беседа: этапы, принципы и правила проведения. Особенности ведения деловой дискуссии. Деловая беседа по телефону: базовые правила телефонного общения. Подготовка, организация и проведение совещаний. Способы нейтрализации «блокирующих» ситуаций в ходе совещания. Публичное выступление: психологическая основа и языковые средства. Методика и техника организации публичного выступления. Проведение презентации. Искусство ведения деловых переговоров. Техники эффективной деловой коммуникации при контакте с деловым партнером (в том числе, в неблагоприятных ситуациях).
5.	Тема № 5. Письменные бизнес-коммуникации	Специфика, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации. Внутренние и внешние письменные коммуникации. Внутренняя переписка: докладные, служебные, объяснительные записки и т.д.; характеристика, особенности текста. Внешняя переписка: характеристика, особенности текста, использование стандартных языковых формул (клише). Основные виды письменных сообщений. Основные проблемы письменной коммуникации.
6.	Тема № 6. Управление организационными коммуникациями	Значение организационных коммуникаций в функционировании организации. Направления коммуникаций. Управление конфликтами. Сущность и специфика этики деловых отношений. Этика

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание лекционного курса
		делового общения: этические нормы и принципы.
7.	Тема № 7. Межкультурная коммуникация	Межкультурная дифференциация: когнитивные константы и культурологические модели. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры. Национальный этикет делового общения.

Литература: основная: 1-2; дополнительная: 1-2.

5.2. Темы практических занятий

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Тип	Содержание занятий семинарского типа
1.	Тема № 1. Бизнес-коммуникация, ее сущность и характеристики	С	Предметно-целевое содержание деловой коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия. Типы и виды коммуникаций. Коммуникативные роли (модели поведения) в процессе делового общения. Коммуникативная культура в деловом общении. Современные тенденции развития деловых коммуникаций.
2.	Тема № 2. Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы	С	Способы передачи и приема информации. Содержание коммуникационного процесса. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Условия эффективного речевого воздействия. Барьеры в коммуникациях: причины и условия возникновения, приемы устранения.
3.	Тема № 3. Средства бизнес-коммуникации	С	Вербальные средства деловой коммуникации. Психотехника речи. Составляющие речевой культуры. Стили (мужской, женский) и виды слушания (пассивное, активное). Приемы активного слушания. Роль невербальных средств в процессе общения, их классификация и функции.
4.	Тема № 4. Устные бизнес-коммуникации	С	Деловая беседа: этапы, принципы и правила проведения. Особенности ведения деловой дискуссии. Подготовка, организация и проведение совещаний. Публичное выступление в системе деловых коммуникаций: методика и техника организации публичного выступления. Презентация. Искусство ведения деловых переговоров.
5.	Тема № 5. Письменные бизнес-коммуникации	С	Специфика, возможности и ограничения письменной деловой коммуникации. Внутренняя переписка: характеристика, особенности текста. Внешняя переписка: характеристика, особенности текста, использование стандартных языковых формул (клише). Основные проблемы письменной коммуникации. Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции.
6.	Тема № 6. Управление	С	Значение организационных коммуникаций в

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Тип	Содержание занятий семинарского типа
	организационными коммуникациями		функционировании организации. Направления коммуникаций. Этика делового общения: сущность и специфика деловых отношений; этические нормы и принципы. Этические проблемы деловых отношений. Манипуляции в деловом общении: характеристика и правила нейтрализации. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений
7.	Тема № 7. Межкультурная коммуникация	С	Мировые культуры (моноактивные, полиактивные, реактивные) и их влияние на деловую коммуникацию. Сферы межкультурной коммуникации: макросфера и микросфера. Межкультурные различия в деловой коммуникации. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры. Национальный этикет делового общения.

Литература для подготовки к практическим занятиям:
основная: 1-2; дополнительная: 1-2.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа направлена на формирование готовности к самообразованию, создания базы для непрерывного образования, развития созидательной и активной позиции обучающегося.

Самостоятельная работа обучающихся включает работу с учебной литературой, конспектирование и оформление записей по лекционному курсу, завершение и оформление практических работ, подготовку к практическим работам (сбор и обработка материала по предварительно поставленной проблеме).

Виды самостоятельной работы:

1. Чтение основной и дополнительной литературы.
2. Самостоятельное изучение материала по литературным источникам.
3. Работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы.
4. Поиск необходимой информации в сети Интернет.
5. Конспектирование источников.
6. Реферирование источников.
7. Выполнение заданий проблемно-тематического курса по дисциплине.
8. Подготовка к промежуточной аттестации.

6.1. Темы рефератов, докладов и эссе

Темы рефератов

1. Коммуникация как основа деловых отношений.
2. Специфика и основные задачи деловой коммуникации.
3. Коммуникативная культура современного специалиста.
4. Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации.
5. Коммуникативные модели взаимодействия деловых партнеров.
6. Обратная связь в деловой коммуникации, условия ее эффективности.
7. Убеждение в процессе делового общения.
8. Использование эффектов восприятия в деловом общении.

9. 9. Коммуникативные барьеры в деловой коммуникации и их преодоление.
10. Стратегии устных деловых взаимодействий.
11. Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе.
12. Деловые переговоры, их подготовка и проведение.
13. Коммуникативные эффекты ораторской речи в процессе публичного выступления.
14. Управление неформальными коммуникациями в организации.
15. Языковое своеобразие деловой переписки.
16. Этика и психология речевой деловой коммуникации.
17. Взаимное доверие как основа деловой этики.
18. Основные принципы письменных коммуникаций.
19. Языковое своеобразие деловой переписки.
20. Стратегии письменных деловых коммуникаций.

Темы докладов

1. Специфика процесса деловой коммуникации с представителями различных культур.
2. Вербальное межкультурное общение: проявление межкультурных различий в языке и ментальности. Стили и виды слушания: сравнительный анализ.
3. Специфика невербальной коммуникации с представителями разных культур.
4. Языковое своеобразие деловой переписки.
5. Стратегии письменных деловых коммуникаций.
6. Этико-психологические принципы делового общения: актуальность в современных условиях.
7. Управление неформальными коммуникациями в организации.
8. Этика и психология речевой деловой коммуникации.
9. Взаимное доверие как основа деловой этики.
10. Специфика процесса деловой коммуникации с представителями различных культур.
11. Вербальное межкультурное общение: проявление межкультурных различий в языке и ментальности.
12. Формулы речевого этикета в различных культурах: сравнительный анализ.

Темы эссе

1. Как избежать коммуникативных ошибок при кросс-культурном взаимодействии?
2. Деловая беседа и деловая дискуссия: общие и отличительные черты.
3. Как противостоять давлению в деловых переговорах?
4. Деловая коммуникация в Интернет: за и против.
5. Как избежать коммуникативных ошибок при кросс-культурном взаимодействии?
6. Невербальные компоненты деловых коммуникаций: проблема интерпретации.
7. Коммуникативная культура современного специалиста.
8. Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации.

6.2. Темы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание самостоятельной работы
1.	Тема № 1. Бизнес-коммуникация, ее сущность и характеристики	Коммуникативная компетентность. Коммуникативные роли (модели поведения) в процессе делового общения. Коммуникативная культура в деловом общении.
2.	Тема № 2. Коммуникационный процесс: содержание, элементы и этапы	Условия эффективного речевого воздействия. Барьеры в коммуникациях: причины и условия возникновения, приемы устранения.
3.	Тема № 3. Средства бизнес-коммуникации	Функции невербальных средств общения: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Роль невербальных средств в процессе

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание самостоятельной работы
		общения, их классификация.
4.	Тема № 4. Устные бизнес-коммуникации	Публичное выступление в системе деловых коммуникаций. Презентация: цели и виды.
5.	Тема № 5. Письменные бизнес-коммуникации	Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции.
6.	Тема № 6. Управление организационными коммуникациями	Этические проблемы деловых коммуникаций
7.	Тема № 7. Межкультурная коммуникация	Межкультурные различия в деловой коммуникации стран мира.

6.3. Задания для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, направленные на формирование профессиональных умений, навыков и владений

Задание 1. Вам представлены мини-ситуации.

Установите обратную связь, проверьте точность восприятия информации или узнайте дополнительную информацию с помощью вопросов.

Один из партнеров употребил какое-то незнакомое выражение или термин.

Говорящий уклоняется от темы и не сообщает той информации, которую Вы от него ждете.

Партнер только что произнес нечто, не очень-то согласующееся с его предыдущими утверждениями. Вы хотите это уточнить.

Вам хотелось бы узнать мнение партнера о том, что Вами было высказано.

Невербальное поведение партнера подсказывает вам, что он обеспокоен какими-то Вашими словами. Вы хотите рассеять его сомнения, подозрения.

Было высказано несколько положений, и Вы хотите привлечь к ним внимание.

Партнер не согласился с частью из сказанного Вами, и Вы хотите уточнить причину этого неприятия.

Партнер сделал общее утверждение относительно обсуждаемого вопроса, и Вы хотите поговорить об этом более конкретно.

Вы сказали о некоторых преимуществах обсуждаемой идеи и хотите установить обратную связь с партнером.

Задание 2. Проанализируйте представленную ситуацию и, используя упражнение-тренинг «Как вы ответите на возражения», дайте разные варианты ответа.

Представьте себе, что в ответ на Ваше предложение по цене Ваш партнер заявляет следующее: «Ваша цена очень высока. Мы вели переговоры с другой фирмой, они просят меньшую сумму и, кроме того, предложили меньшие сроки». Как Вы ответите на эти возражения?

Способ оттягивания. Воздерживайтесь слишком рано говорить о цене. Сначала объясните, в чем заключается польза продукта, и только потом называйте цену. Не торопитесь сразу соглашаться с требованиями клиента, это делает Ваше предложение малоценным.

Способ «сэндвича». «Поместите» цену между двумя «слоями», отражающими пользу для партнера. «Продавайте» свое коммерческое предложение, припася на «десерт» особенно привлекательный аргумент, подтверждающий необходимость принятия предложения и его выгоду для клиента.

Способ сравнения. Соотнесите цену с пользой продукта, со сроком его эксплуатации, с иными расходами клиента: «Хотя новая вывеска стоит на X рублей больше, чем другая, зато она служит в два раза дольше, значит, вы дополнительно еще три года будете испытывать удовольствие, используя ее в работе».

Способ деления. «Расшифруйте» цену. Разложите ее на более мелкие составляющие.

Обращение эмоционального характера. Чаще взывайте к эмоциям партнеров. Дайте понять, что они достойны того, чтобы позволить себе нечто особенное.

Способ подведения итогов. В правой колонке таблицы запишите все недостатки, которые перечислил клиент. Затем вместе с ним еще раз проанализируйте все достоинства и преимущества вашего предложения и перечислите их в левой колонке таблицы. После этого спросите его, неужели он хочет из-за единичных недостатков отказаться от такого количества преимуществ.

Аргументы, указывающие на недостатки. В таблице укажите цену, которая устраивала клиента. Затем объясните ему, наличие каких недостатков или отсутствие каких преимуществ связано с более низкой ценой. При этом называйте исключаемое преимущество, зачеркивайте его в таблице красным маркером и комментируйте, что означает отсутствие данного преимущества.

Согласительный способ. Воздерживайтесь от скидок, предлагайте иные бесплатные услуги.

Уступка за уступку. Идите на уступки только в том случае, если объем заказа большой и, если за этим заказом поступят другие, не меньшие.

Способ продажи отличий. Не продавайте цены! Продавайте те качества, продукты, достижения, сильные стороны, которые отличают Вашу фирму от других, например:

- интенсивность установочных и монтажных работ;
- богатый опыт;
- отзывы и рекомендации довольных сотрудничеством с Вами партнеров;
- высококачественные консультации и классные специалисты;
- систематическое обслуживание;
- близость к клиенту с точки зрения местонахождения;
- отраслевые ноу-хау и т.д.

6.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
Занятия лекционного типа	В процессе занятия лекционного типа обучающийся должен усвоить и законспектировать название темы, учебных вопросов и основные блоки теоретического материала, то есть, сделанные преподавателем теоретические посылки (гипотезы), их аргументацию и выводы. В случае, если какое – либо положение не совсем понятно обучающемуся или представляется недостаточно убедительным целесообразно задавать преподавателю уточняющие вопросы. Наличие у обучающегося конспекта лекции обязательно. Материалы лекции являются основой для подготовки к практическим занятиям. Для эффективности обучения в ходе участия в занятии лекционного типа следует писать конспект лекций. Написание конспекта лекций требует соблюдения ряда правил: краткость, схематичность, последовательность фиксации основных положений, выводов, формулировок, обобщений; необходимо помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Важно проверять термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Необходимо обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, выделить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на занятии семинарского типа.
Занятия семинарского типа (практические занятия)	Основной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала, хода выполнения обучающимися самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению, заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных обучающимися докладов и сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми обучающимися группы.

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, изучение рекомендуемой литературы, работа с текстом.
Самостоятельная работа /индивидуальные задания	Самостоятельная работа преследует цель закрепить, углубить и расширить знания, полученные обучающимися в ходе аудиторных занятий, а также сформировать навыки работы с научной, учебной и учебно – методической литературой, развивать творческое, продуктивное мышление обучаемых, их креативные качества. Изучение основной и дополнительной литературы является наиболее распространённой формой самостоятельной работы обучающихся применяется при рассмотрении всех тем. Результаты анализа основной и дополнительной литературы в виде короткого конспекта основных положений той или иной работы отражаются в рабочей тетради, что даёт основания в отдельных источниках называть эту форму самостоятельной работы «заполнением рабочей тетради». Следует учитывать, что в ряде случаев изучение литературы осуществляется в процессе подготовки обучающихся к занятиям семинарского типа, в ходе выполнения курсовых работ и написания эссе, подготовки реферативного обзора. В данном случае самостоятельный отчёт о проделанной работе не требуется. В случае, если изучение конкретной темы не предусматривает перечисленных форм, то результаты изучения литературы отражаются в рабочей тетради и представляются преподавателю для проверки. При выполнении заданий практического характера необходимо следовать предложенному алгоритму выполнения задания. При необходимости (в ходе решения проблемных, поисковых и исследовательских задач) на основе имеющихся знаний и учений самостоятельно разрабатывать алгоритм решения поставленной задачи.
Реферат/ доклад, эссе, курсовая работа	*Реферат*: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться с требованиями к структуре и оформлению реферата. *Структура и содержание реферативного обзора.* Реферативный обзор на выбранную тему выполняется, как правило, по следующим периодическим изданиям за последние 1-2 года, а также с использованием аналитической информации, публикуемой на специализированных интернет-сайтах. По каждой статье оформляется реферативная справка по следующему плану: 1. Автор (Ф.И.О.), сведения об авторе (место работы, должность, ученая степень); 2. Название статьи или материала; 3. Проблема, которую рассмотрел автор в статье; 4. Актуальность проблемы; 5. Содержание проблемы; 6. Какое решение проблемы предлагает автор; 7. Прогнозируемые автором результаты; 8. Выходные данные источника (периодическое издание: название, год, месяц, страницы; адрес электронного ресурса). 9. Отношение обучающегося к предложению автора. Объем справки по одной статье с точным указанием названия статьи и источника составляет 1–2 страницы. В заключительной части обзора обучающийся дает короткое (0,5–1 страница) резюме обо всех отреферированных статьях.

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
	Курсовая работа: изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной теме. Инструкция по выполнению требований к оформлению курсовой работы находится в методических материалах по дисциплине.
Подготовка к экзамену (зачету)	При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Фонд оценочных средств для текущего контроля

7.1.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля

– собеседования в ходе практических занятий по вопросам, указанным в п. 5.2;
– обсуждение рефератов, рекомендованных для самостоятельной работы по темам, указанным в п. 6.1;

7.1.2. Примеры вопросов для проверки текущих знаний обучающихся

1. В чем состоит, по Вашему мнению, значение коммуникации в современном менеджменте?
2. Чем отличаются, на Ваш взгляд, коммуникативные ресурсы организации от традиционных?
3. Рассмотрите организацию коммуникативного пространства как основу эффективности и жизнеспособности организации на примере.
4. Проанализируйте взаимозависимость участников деловой коммуникации.
5. Что подразумевается под коммуникативной компетентностью менеджера? Обоснуйте свое мнение.
6. Какое значение, на Ваш взгляд, имеют межкультурные различия в деловой коммуникации?
7. В чем прослеживается взаимосвязь национальной ментальности и некоторых аспектов деловой культуры?
8. В чем заключаются особенности делового общения с иностранными партнерами?
9. Охарактеризуйте основные модели культурной и межкультурной коммуникации.
10. Как влияют особенности национального этикета на результативность делового общения? Приведите примеры.

№	Вопросы	Ответы
1.	В чем состоит, по Вашему мнению, значение коммуникации в современном менеджменте?	Коммуникация имеет огромное значение в современном менеджменте по следующим причинам: 1. Построение отношений. Правильная коммуникация помогает развивать доверие, уважение и понимание, что способствует более продуктивному сотрудничеству. 2. Распространение информации. Четкая и точная коммуникация помогает предотвратить недоразумения, ошибки и конфликты, что повышает эффективность работы и достижение поставленных целей. 3. Лидерство. Правильная коммуникация позволяет лидерам установить видение, объяснить стратегию и цели компании, а также поддерживать команду во время перемен и трудностей.

		4. Разрешение конфликтов. Благодаря коммуникации менеджеры могут предотвратить эскалацию конфликтов и сохранить работоспособность коллектива. 5. Инновации и креативность. Открытая коммуникация и поощрение сотрудничества в организации создают благоприятную среду для появления новых решений и креативных подходов. В целом, коммуникация является основой успешного менеджмента и способствует эффективному функционированию организации, улучшению отношений сотрудников и достижению поставленных целей.
2.	Чем отличаются, на Ваш взгляд, коммуникативные ресурсы организации от традиционных?	На мой взгляд, коммуникативные ресурсы организации отличаются от традиционных коммуникационных средств в следующих аспектах: 1. Доступность и скорость. В отличие от традиционных средств коммуникации, таких как письма или бумажные документы, онлайн-коммуникация позволяет передавать сообщения практически в реальном времени и устранять задержки. 2. Глобальность. Они существенно сокращают географические и временные ограничения, обеспечивая возможность эффективного общения в режиме онлайн. 3. Интерактивность. Традиционные коммуникационные средства, например, пресс-релизы или бюллетени, в основном являются односторонними и не позволяют активного участия сотрудников. 4. Визуализация. Это позволяет лучше и яснее передавать информацию, делать ее более понятной и запоминающейся. 5. Хранение и поиск информации.. В отличие от традиционных средств, где поиск может быть более трудоемким и времязатратным. В целом, коммуникативные ресурсы организации обеспечивают более эффективное, гибкое и удобное взаимодействие между сотрудниками и предоставляют возможности для различных форм коммуникации.
3.	Рассмотрите организацию коммуникативного пространства как основу эффективности и жизнеспособности организации на примере.	Организация коммуникативного пространства является важной основой для эффективности и жизнеспособности организации. Например, представим себе IT-компанию, где команда разработчиков работает над сложными проектами. 1. Обмен информацией 2. Коллективное решение проблем 3. Мотивация и вовлеченность 4. Распределение задач и ресурсов 5. Взаимодействие с клиентами Организация коммуникативного пространства в данном примере IT-компании помогает обеспечить эффективность работы команды, повысить мотивацию, решать проблемы, а также взаимодействовать с клиентами. Это создает жизнеспособность организации и способствует ее успеху на конкурентном рынке.
4.	Проанализируйте взаимозависимость участников деловой коммуникации	В деловой коммуникации участвуют различные субъекты, и взаимозависимость между ними играет ключевую роль в эффективности коммуникации. Вот

		несколько типичных примеров взаимозависимости участников деловой коммуникации: 1. Менеджеры и подчиненные. Хорошая коммуникация между менеджерами и подчиненными помогает установить ясность в требованиях, согласовать роли и обязанности, а также обеспечить прозрачность и координацию в работе. 2. Коллеги и команды: внутри команды или отдела члены коллектива взаимозависимы для достижения совместных целей. Позволяет четко определить роли и обязанности каждого участника, а также обмениваться информацией, идеями и ресурсами для эффективной работы и достижения результатов. 3. Клиенты и поставщики. Клиенты зависят от поставщиков для получения продуктов или услуг, а поставщики в свою очередь зависят от клиентов для бизнеса и прибыли. 4. Руководство и советы директоров: Руководство организации зависит от обратной связи и рекомендаций советов директоров для разработки стратегии, принятия важных решений и осуществления контроля. 5. Внешние заинтересованные стороны: Организации также взаимодействуют с внешними заинтересованными сторонами, такими как государственные органы, общественные организации и общество в целом. Взаимозависимость участников деловой коммуникации подчеркивает необходимость эффективного и взаимовыгодного общения для достижения совместных целей, решения проблем и создания успешных бизнес-отношений.
5.	Что подразумевается под коммуникативной компетентностью менеджера? Обоснуйте свое мнение.	Коммуникативная компетентность менеджера означает способность менеджера эффективно и грамотно общаться с коллегами, подчиненными, клиентами и другими заинтересованными сторонами. Она включает в себя не только навыки активного слушания, говорения и письма, но также умение четко выражать свои мысли, адаптироваться к разнообразным коммуникационным ситуациям и строить полезные отношения на основе взаимопонимания и доверия. Несколько аргументов: 1. Установление эффективных отношений 2. Ясное и эффективное представление идеи 3. Разрешение конфликтов 4. Эффективное лидерство В целом, коммуникативная компетентность менеджера имеет ключевое значение для успешного руководства и управления. Она способствует эффективному обмену информацией, установлению отношений и решению проблем, а также создает благоприятную атмосферу для сотрудничества и достижения общих целей.
6.	Какое значение, на Ваш взгляд, имеют межкультурные различия в деловой коммуникации?	Межкультурные различия в деловой коммуникации имеют огромное значение в современном мире, где организации все чаще работают с партнерами и клиентами из разных культурных фонов. Вот несколько основных значений межкультурных различий в деловой коммуникации:

		1. Понимание и уважение. Более глубокое понимание культурных особенностей позволяет избегать недоразумений и конфликтов, а также строить продуктивные и долгосрочные отношения. 2. Адаптация и гибкость. Готовность адаптироваться к культурным различиям позволяет создать более продуктивное взаимодействие и обеспечить успешное выполнение задач. 3. Построение доверия. Успешное установление связей и доверие помогает взаимодействовать на более глубоком уровне и налаживать эффективное сотрудничество. 4. Расширение возможностей. Путем взаимодействия с представителями других культур, менеджеры и команды могут улучшить свои навыки коммуникации, обогатить свои знания и перспективы, а также открыть новые рынки и возможности для бизнеса. 5. Преодоление культурных барьеров. Разнообразие в коммуникационных стилях и подходах может привести к творческому решению проблем, инновациям и улучшению процессов. Понимание и учет этих различий помогает создать успешные и долгосрочные отношения, расширить возможности бизнеса и преодолеть культурные барьеры.
7.	В чем прослеживается взаимосвязь национальной ментальности и некоторых аспектов деловой культуры?	Взаимосвязь национальной ментальности и некоторых аспектов деловой культуры проявляется в следующих аспектах: 1. Стиль коммуникации. Некоторые культуры предпочитают прямую и прямолинейную коммуникацию, где все высказывается ясно и открыто, в то время как другие культуры ценят более косвенный и утонченный подход. 2. Подход к руководству и иерархии. Одни культуры предпочитают вертикальные иерархические структуры, склонны к горизонтальным структурам. 3. Отношение к времени. Ценность пунктуальности и эффективности, другие более гибкие в отношении времени и уделяют больше внимания отношениям и контексту. 4. Подход к риску и инновациям. Консервативные и инновационные. 5. Значение личных отношений: Ценность личных связей, доверия и взаимопомощь в бизнесе. Другие же культуры больше ориентированы на деловые отношения и профессионализм, ставя акцент на эффективность и результаты. Взаимосвязь национальной ментальности и аспектов деловой культуры является сложным и многогранным явлением. Конечно, каждая культура уникальна, и не все ее представители будут соответствовать общим стереотипам. Однако учитывать национальные особенности ментальности при работе с представителями разных культур позволяет строить более успешное и взаимопонимающее деловое взаимодействие.
8.	В чем заключаются	Деловое общение с иностранными партнерами имеет

	особенности делового общения с иностранными партнерами?	свои особенности, которые следует учитывать для эффективного взаимодействия. Ниже приведены некоторые из них: 1. Культурные различия 2. Языковой барьер 3. Отношения и доверие 4. Коммуникационные стили 5. Глобальная этика 6. Гибкость и адаптация Общение с иностранными партнерами требует повышенного внимания к культурным особенностям, личным отношениям и адаптации к их потребностям и предпочтениям. Знание и учет этих особенностей помогает создать успешное и долгосрочное деловое партнерство.
9.	Охарактеризуйте основные модели культурной и межкультурной коммуникации.	В области культурной и межкультурной коммуникации существуют различные модели, которые помогают понять и объяснить особенности общения между представителями разных культур. Вот несколько основных моделей: 1. Модель Гофстеде (Geert Hofstede): Эта модель представляет собой рамку для понимания национальных культурных различий на основе пяти измерений: индивидуализм/коллективизм, степень власти, избегание неопределенности, мужественность/женственность и долгосрочная/краткосрочная ориентация. 2. Модель Холлов (Edward T. Hall): Эта модель описывает концепцию высокого и низкого контекста коммуникации. Высококонтекстная коммуникация предполагает, что большое значение придается невербальным элементам, подразумеваемому смыслу и контексту, в то время как низкоконтекстная коммуникация сконцентрирована на явном и прямом обмене информацией. 3. Модель Тросла (Fons Trompenaars): Модель Тросла основана на семи измерениях культуры, описывающих различия в ценностях и ориентациях: универсализм/относительность, индивидуализм/коллективизм, специфика/диффузность, состоятельность/бедность, связь/отрыв, нейтральность/экспрессивность и достигнутая/приобретенная статусность. 4. Модель Интеркультурных Компетенций Чена и Старка (Chen and Starkey): Эта модель основывается на трех факторах интеркультурной коммуникации: когнитивный, эмоциональный и поведенческий аспекты. Эти модели являются инструментами для анализа и объяснения межкультурной коммуникации, позволяя лучше понять различия в коммуникативных стилях, ценностях и ожиданиях. Они помогают улучшить межкультурное понимание и эффективность коммуникации при работе с представителями разных культур.
10.	Как влияют особенности национального этикета на	Особенности национального этикета могут оказывать значительное влияние на результативность делового

	результативность делового общения? Приведите примеры.	общения. Национальные этикеты отражают нормы и правила поведения, которые варьируются от культуры к культуре. Вот несколько примеров того, как особенности национального этикета могут повлиять на результативность делового общения: 1. Приветствие и приветственный жест 2. Форма обращения и уровень вежливости 3. Общение в официальных и неофициальных ситуациях 4. Правила приема пищи Все эти примеры показывают, что особенности национального этикета могут иметь сильное влияние на результативность делового общения. Понимание и учет этих особенностей помогает создать благоприятную атмосферу, проявить уважение к культуре партнера и повысить эффективность коммуникации.

7.1.3. Примеры тестов для проверки текущих знаний обучающихся

1. Деловая этика представляет собой…
а) Деловые отношения предпринимателей
б) Совокупность принципов поведения людей
в) Поведение людей в конфликтных ситуациях
г) Личное поведение человека

2. Термин «этика» ввел…
а) Демокрит
б) Сократ
в) Платон
г) Аристотель

3. Определить, что собеседник говорит неправде, позволяет:
а) Мимика и жесты
б) Характер собеседника
в) Расположение за столом переговоров
г) Задаваемый собеседником вопрос
4. Основным средством согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон являются:
а) Деловые переговоры
б) Деловое общение
в) Деловая беседа
г) Условное совещание

5. Чем больше сторон участвуют в позиционном совещании, тем их недостатки…
а) Требуют быстрейшего искоренения
б) Становятся разнообразнее
в) Меньше влияют на исход переговоров
г) Становятся серьезнее

6. В зависимости от полноты фиксации хода совещания выделяют протокол:
а) Основной и дополнительный
б) Умышленный и непреднамеренный
в) Официальный и неофициальный
г) Краткий и полный

7. В деловой этике преобладание оценки деятельности подчиненных, а не их личностных качеств, признание индивидуальности партнеров по 3 общению, открытость для критики, самокритичность – это проявление принципа…
а) Вежливости
б) Равенства
в) Ответственности
г) Справедливости

8. Выбор стиля руководства зависит от:
а) Напористости участников
б) Точки зрения руководителя на проблему
в) Ситуации и целей совещания
г) Состава участников

9. Информация, которую мы предоставляем другим и которая содержит нашу реакцию на их поведение, - это:
а) Обратная связь
б) Восприятие поступков
в) Ощущение защиты
г) Осознание поведения

10. Начало беседы, информирование партнеров, аргументирование выдвигаемых положений, принятие решения, завершение беседы являются основными…
а) Правилами проведения деловой беседы
б) Пунктами деловой беседы
в) Практическими советами
г) Этапами деловой беседы

7.2 Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации.

7.2.1. Задания для оценки знаний

1. Деловая этика представляет собой…
а) Деловые отношения предпринимателей
+б) Совокупность принципов поведения людей
в) Поведение людей в конфликтных ситуациях
г) Личное поведение человека

2. Термин «этика» ввел…
а) Демокрит
б) Сократ
в) Платон
+г) Аристотель

3. Определить, что собеседник говорит неправде, позволяет:
+а) Мимика и жесты
б) Характер собеседника
в) Расположение за столом переговоров
г) Задаваемый собеседником вопрос

4. Основным средством согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон являются:
+а) Деловые переговоры
б) Деловое общение
в) Деловая беседа
г) Условное совещание

5. Чем больше сторон участвуют в позиционном совещании, тем их недостатки…
а) Требуют быстрейшего искоренения
+б) Становятся разнообразнее
в) Меньше влияют на исход переговоров
г) Становятся серьезнее

6. В зависимости от полноты фиксации хода совещания выделяют протокол:
а) Основной и дополнительный
б) Умышленный и непреднамеренный
в) Официальный и неофициальный
+г) Краткий и полный

7. В деловой этике преобладание оценки деятельности подчиненных, а не их личностных качеств, признание индивидуальности партнеров по 3 общению, открытость для критики, самокритичность – это проявление принципа…
а) Вежливости
б) Равенства
в) Ответственности
+г) Справедливости

8. Выбор стиля руководства зависит от:
а) Напористости участников
б) Точки зрения руководителя на проблему
+в) Ситуации и целей совещания
г) Состава участников

9. Информация, которую мы предоставляем другим и которая содержит нашу реакцию на их поведение, - это:
+а**) Обратная связь**
б) Восприятие поступков
в) Ощущение защиты
г) Осознание поведения

10. Начало беседы, информирование партнеров, аргументирование выдвигаемых положений, принятие решения, завершение беседы являются основными…
а) Правилами проведения деловой беседы
+б) Пунктами деловой беседы
в) Практическими советами
г) Этапами деловой беседы

5.2 Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

5.2.1 Тестовые задания для промежуточной аттестации

1. Общение, которое не является самоцелью, не стимулируется самостоятельной потребностью, но преследует какую-то иную цель, кроме получения удовлетворения от самого акта общения является:
а) целевым;
+ б) инструментальным;
в) косвенным.

2. Речь приобретает определенный смысл и может быть понята в обстоятельствах, в которых происходит конкретное событие, называемых:
а) кодом;
б) стилевыми характеристиками;

+ в) контекстом.

3. Парадигма коммуникации, рассматривающая мир как текст:
+ а) семиотическая;
б) транзактная;
в) мотивационная.

4. Механизм интерпретации поступков и чувств другого человека, заключающийся в выяснении причин его поведения:
а) эмпатия;
б) аттракция;
+ в) каузальная атрибуция.

5. Группировка личностей, согласно замыслу, классификация людей на основе сходства и различия в процессе социализации:
+ а) социальная категоризация;
б) социальная идентификация;
в) социальная идентичность.

6. Классификация вторичных потребностей, которые удовлетворяются в процессе взаимодействия со средой, другими людьми, через СМИ, когда удовлетворяют свои потребности посредством другого, принадлежит:
а) А. Маслоу;
б) И. Гофману;
+ в) Г. Мюррею.

7. Базовые состояния, описанные теорией Э. Берна:
а) безопасности, выживания, любви;
+ б) взрослого, родителя, ребенка;
в) порядка, автономии, агрессии.

8. Дефекты речи, использование слов-паразитов, многозначность слов, различие в логике партнеров относятся к типу коммуникационного барьера:
а) отношений;
б) установок;
+ в) понимания;
г) социально-культурных различий.

9. Коммуникативный стиль, использующий в стратегии общения ориентацию «от людей»:
+ а) обособленный тип;
б) враждебный тип;
в) уступчивый тип.

10. Речь двух субъектов, возникающая как ответ на вопрос, мнение, суждение:
а) монолог;
+ б) диалог;
в) полилог.

11. Повелевающая и информативная – главные функции ... стиля литературного языка:
а) научного;
+ б) официально-делового;
в) публицистического.

12. Умение «правильно молчать» характеризует слушание:
+ а) нерефлексивное;
б) рефлексивное;

в) эмпатическое.

13. Вид эмоционально насыщенной речи с богатыми интонациями и отсутствием грамматических конструкций:
а) устная;
б) письменная;
+ в) аффективная.

14. Диспозиция рассуждения, с четко обозначенной структурой, состоящей из 8 частей:
+ а) строгая хрия;
б) свободная хрия;
в) искусственная хрия.

15. Включение в речь околоречевых приемов (смеха, паузы, вздохов и пр.) относится к невербальной системе знаков:
а) паралингвистических;
+ б) экстралингвистических;
в) визуально-кинетических.

16. Жесты, выражающие оценку и отношение одобрения, доверия, растерянности и пр.:
а) коммуникативные;
+ б) модальные;
в) описательные.

17. Система запахов, принадлежащая имиджу, аксессуарам, расширяющим коммуникативное поле:
а) тактильная система знаков;
+ б) ольфакторная система знаков;
в) визуальная система знаков.

18. Деловое общение, ограниченное временными рамками 3-5 мин. характерно для:
а) бэкграундера;
б) презентации;
+ в) беседы по телефону.

19. Функция деловых переговоров, заключающаяся в необходимости выиграть время:
а) информационная;
б) контрольная;
+ в) отвлекающая;
г) рекламная.

20. Тактика деловых переговоров, предполагающая уступку авторства привлекательного предложения партнеру:
+ а) «спасение лица»;
б) «желанный подарок»;
в) «уход»;
г) «пакетирование».

21. Брифинг отличается от пресс-конференции тем, что:
+ а) отсутствует возможность задавать вопросы;
б) сообщение делается официальным лицом;
в) участвуют представители СМИ.

22. Тактика управления конфликтом на собрании, заключающаяся в уходе от лобового столкновения при сохранении контроля над ситуацией:

+ а) отсрочка;
б) подавление;
в) превращение в деловой разговор.

23. Основная цель использования презентации:
а) вызвать интерес;
б) показать себя;
+ в) воздействовать на аудиторию.

24. Система установок, мотивов, предрасположенностей, определяющая выбор вербального и невербального поведения:
а) имидж;
б) этикет;
+ в) габитус.

25. Одним из современных процессов деловой коммуникации является:
а) объединение нацинальных культур в общечеловеческую;
+ б) объединение мировой экономики в единую промышленную систему;
в) создание единой религии.

26. Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле:
+ а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности
б) хозяйственных сооружений
в) транспортной инфраструктуры

27. Любое вербальное и невербальное общение как минимум двух людей называют:
а) диалогом
б) трансакциями
+ в) трансактами

28. Языковое оформление мысли без ее высказывания называют такой речью:
а) прямой
+ б) внутренней
в) наружной

29. Теория речи, искусство речи и ораторское мастерство — области знаний, которые охватывает понятие:
а) «интроверсия»
+ б) «риторика»
в) «лингвистика»

30. Коммуникативная сторона общения:
а) взаимопонимание участников общения
+ б) обмен информацией между людьми
в) организация взаимодействия между людьми

Перечень вопросов к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

1. Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной сфере
2. Понятие общения. Коммуникация, перцепция и интеракция как составные элементы процесса общения.
3. Коммуникативный процесс и его элементы.
4. Деловая коммуникация и роль эффективного общения в профессиональной сфере.
5. Вербальные средства в деловой коммуникации.

6. Собеседование как коммуникативный канал в деловом общении
7. Практики организации и проведения собеседований.
8. Типичные ошибки на собеседовании.
9. Невербальные средства в деловой коммуникации.
10. Язык жестов в деловом общении.
11. Средства невербальной коммуникации.
12. Коммуникативные барьеры в деловом общении.
13. Конфликты в деловом общении. Понятие и структура конфликта.
14. Манипуляции в деловом общении. Технология манипуляции.
15. Публичное выступление. Выбор темы. Определение целевой установки. Подбор материала.
16. Как завоевать и удержать внимание аудитории. Культура речи делового человека.
17. Деловая беседа как основная форма делового общения. Виды и структура деловой беседы.
18. Виды стилей письма и речи
19. Деловой разговор по телефону.
20. Методика проведения делового совещания
21. Понятие «информация» в деловом общении.
22. Резюме. Правила составления резюме.
23. Дискуссия в деловом общении.
24. Этика деловых отношений в организации.
25. Критика и комплименты в деловой коммуникации.
26. Информационные технологии в деловой коммуникации. Информационные компании.
27. Понятие электронных коммуникаций.
28. Глобальная информационная сеть: интернет.

№	Вопросы	Ответы
1.	Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной сфере	Общение представляет собой процесс взаимодействия личностей и социальных групп, в котором происходит обмен деятельностью, информацией, опытом, навыками и результатами деятельности. В процессе общения: • передается и усваивается социальный опыт; • происходит изменение структуры и сущности взаимодействующих субъектов; • формируется разнообразие человеческих индивидуальностей; • происходит социализация личности. Профессиональное общение представляет собой речевое взаимодействие специалиста с другими специалистами и клиентами организации в ходе осуществления профессиональной деятельности.
2.	Понятие общения. Коммуникация, перцепция и интеракция как составные элементы процесса общения.	Общение - это процесс социального взаимодействия между людьми. Потребность в общении является одной из базовых потребностей человека. Общение включает обмен информацией, выработку единой основы совместных действий, восприятие и понимание другого человека. Цель общения состоит также в достижении желаемого изменения состояний и поведения партнера. Из определения общения вытекает, что это сложный процесс, в который входят три составляющие: • Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между людьми - коммуникация; • Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между индивидами - интеракция; • Перцептивная сторона означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление

		взаимопонимания - перцепция.
3.	Коммуникативный процесс и его элементы.	Коммуникационный процесс представляет собой процесс обмена информацией (высокой значимости) между двумя или большим количеством людей. Цель коммуникативного процесса заключается в обеспечении передачи и понимании информации, которая является предметом обмена. Выделяют следующие основные элементы коммуникационного процесса: 1. Сообщение – это непосредственно информация. 2. Отправитель – это человек, который генерирует идею либо собирает информацию и передает ее. 3. Адресат (получатель) – это лицо, которому информация предназначена и которое трактует ее. 4. Каналом может называться средство передачи информации. Каналы могут быть таких видов: • компьютерные сети, • устная передача, • электронная почта, • совещания, • отчеты, служебные записки, • письменная передача, • телефонные переговоры.
4.	Деловая коммуникация и роль эффективного общения в профессиональной сфере.	Деловая коммуникация, или деловое общение, — это обмен информацией между людьми или коллективами для решения задач, достижения целей или оптимизации процессов в компании. основными функциями делового общения являются: • Информационно-коммуникативная функция (накопление, формирование, передача и прием информации). • Регулятивно-коммуникативная (корректировка поведения, а также способы воздействия на собеседника: убеждение, внушение, подражание, заражения). • Аффективно-коммуникативная (становление эмоциональной оболочки человека).
5.	Вербальные средства в деловой коммуникации.	Вербальная коммуникация осуществляется при помощи речи (или языка), в т.ч. письменной и устной речи, чтения и слушания. Устная и письменная речь участвуют в создании текста (процесс передачи информации), а слушание и чтение – в восприятии текста, заложенной в нем информации. Общими стилевыми чертами официально-деловой речи являются: • точность изложения, не допускающая возможности инотолкования; • сжатость изложения; • стереотипность, стандартность изложения; • долженствующе-предписываюший характер изложения.
6.	Собеседование как коммуникативный канал в деловом общении	Основная цель собеседования — получение информации, которая позволит: 1) Оценить, насколько данный кандидат подходит для предполагаемой должности; 2) Определить, насколько данный кандидат выделяется из всех заявивших свои кандидатуры на замещение вакантной должности 3) Установить, достоверна ли предоставляемая кандидатом информация

		По своей структуре собеседования подразделяются на: • Жесткое (структурированное) собеседование - Основной чертой данного вида является заранее составленный план, в котором определены темы для разговора и вопросы соискателю. • Свободное (не структурированное) собеседование- Данный вид собеседования больше напоминает светскую беседу, в которой интервьюеру отводится роль направляющего. • Комбинированное собеседование-Комбинированное собеседование является оптимальным для наиболее полной оценки соискателя. При заранее разработанном плане появляется возможность оценить профессиональные знания соискателя, навыки в жестко заданных рамках, а в свободной беседе прояснить, какие общечеловеческие ценности признает потенциальный работник. По форме организации различают: • Индивидуальное собеседование. • Групповое собеседование
7.	Практики организации и проведения собеседований.	Есть несколько важных моментов при проведении собеседования: 1. Как можно чаще использовать непосредственное общение. У людей вызывает больше доверия личная беседа с просьбой о помощи или содействии. 2. Важно знать, какими навыками должен обладать соискатель для выполнения работы. 3. Используйте целенаправленный набор. 4. Объясняйте, почему именно данный соискатель вас заинтересовал. Будьте откровенны в том, что даст работа людям. 5. Важно поговорить об ожиданиях самого соискателя. Постоянно занимайтесь поиском дополнительной мотивации. 6. Как можно подробнее отвечайте на вопросы потенциальных соискателей. Демонстрируйте свой интерес к ним. 7. Как можно быстрее связывайте новичков с конкретным делом. 8. Никогда не обещайте того, чего вы не сможете обеспечить. Это может серьёзно повлиять на репутацию вашей организации.
8.	Типичные ошибки на собеседовании.	Хорошо Кандидат прибыл на место без опоздания Кандидат легко нашел место встречи Подготовленность и спокойное поведение Включенным в начале встречи мобильный телефон Плохо Кандидат опоздал на встречу или пришел неадекватно рано Были излишние уточняющие звонки Чрезмерно нервное поведение Постоянно звонит телефон
9.	Невербальные средства в деловой коммуникации.	Невербальное общение – это язык тела (позы, интонация, жесты), т.е. передача информации без слов. Кинесические- Выразительные движения тела Визуальный контакт (взгляд)- Жесты, мимика и пантомимика, поза, походка Направление, длина паузы, частота контакта Просодические и экстралингвистические-Голос и речь -

		Интонация, громкость, тембр, темп речи, ритм, дикция, модуляция, высота, тональность, паузы, вздох, смех, плач, кашель, зевание Такесические-Динамические прикосновения-Рукопожатие, поцелуй, похлопывание Проксемические- Пространственная структура общения-Ориентация и угол общения партнеров, дистанция
10.	Язык жестов в деловом общении.	Язык жестов в деловом общении (коммуникации)- это наиболее распространенный вид общения людей между собой. Вид жеста и его назначение 1. Коммуникативные- с помощью осуществляется общение 2. Модальные- отражают оценку и отношение 3. Описательные-имеют смысл в контексте речевого высказывания.
11.	Средства невербальной коммуникации.	Невербальное общение – это общение без слов, но с помощью языка тела. Невербальные средства общения – это система знаков, дополняющая, усиливающая, а иногда и заменяющая нашу речь. Пять способов невербального общения: 1. Оптико-кинестетический – основан на передаче информации с помощью движений: мимика, жесты, поза человека, его перемещение в пространстве во время общения. 2. Паралингвистический – основан на громкости, тембре, тональности, на интонациях голоса человека. 3. Экстралингвистический – основан на темпе речи, использовании пауз, включает в себя вздохи, смех, плач и т.д. 4. Ситуативный – это место, в котором происходит общение. 5. Визуальный – основан на взаимодействии собеседников на уровне взглядов. Невербальные средства общения: 1. Экспрессивно-выразительные движения – поза тела, походка, жесты, мимика. 2. Визуально-контактный взгляд – направление взгляда, его длительность, частота зрительного контакта. 3. Пространственные движения – ориентация в помещении, размещение за столом, дистанция. 4. Тактильные движения – прикосновения, рукопожатие, похлопывания.
12.	Коммуникативные барьеры в деловом общении.	Коммуникативный барьер — это психологическое препятствие между партнерами по общению. В деловом общении если несколько видов барьеров: 1. Барьер «авторитет». Человек делит людей на авторитетных и авторитетных при этом оказывает доверие только первым. Поэтому доверие зависит не от информации, которую передают, а от того кто говорит. 2. Барьер «избегание». Человек избегает и уклоняется от контакта с собеседником. Если уклониться не удается, он делает все, чтобы не воспринимать сообщение. 3.Барьер «непонимание». Зачастую источник информации заслуживает доверия, авторитетен, однако информация «не доходит» (Ин. Яз, разница в возрасте, разница квалификации и тд).
13.	Конфликты в деловом	Под конфликтом понимается столкновение сторон, имеющих

	общении. Понятие и структура конфликта.	противоположные цели, интересы, взгляды; серьезные разногласия, острый спор. Предмет конфликта – это то противоречие, ради разрешения которого стороны вступили в противоборство; проблема, которая служит основой конфликта. Участниками конфликта могут быть юридические, официальные или частные лица, имеющие отношение к конфликту, его развитию и разрешению. Деловой конфликт отличителен тем, что всегда происходит в профессиональной среде. Есть несколько видов делового конфликта: · Беспредметный. · Реалистический. · Деструктивный. · Конструктивный. Кроме того конфликте могут участвовать несколько человек: · личностный конфликт; · межличностный конфликт; · конфликт между личностью и группой; · межгрупповой конфликт. Структура конфликта: 1. Стороны конфликта (прямые и косвенные, организатор, жертва, посредник); 2. Предмет конфликта (то, из-за чего возникает конфликт, объективно существующая или воспринимаемая в качестве таковой проблема); 3. Объект конфликта (конкретная причина, видимая движущая сила конфликта); 4. Окружающая среда (совокупность объективных физических и социальных условий конфликта).
14.	Манипуляции в деловом общении. Технология манипуляции.	Под психологическими манипуляциями следует понимать проявление чрезмерного влияния с помощью умственных искажений и эмоциональной эксплуатации. Под манипулятивными техниками понимаются всевозможные отвлекающие обманные приемы и способы воздействия (например, техника «запускания» слуха), которые побуждают собеседника к действиям и высказываниям, наносящим ущерб его интересам и которых он бы не совершил, если бы не был введен в заблуждение другой стороной. Основные техники манипуляции в деловом общении: 1. Провоцирование защитных реакций; 2. Провоцирование замешательства и дезориентации; 3. Формирование впечатления, что партнер настроен на сотрудничество; 4. Игра на нетерпеливости 5. Игра на чувстве безысходности 6. Игра на чувстве жадности 7. Использование запланированных «трудных» уступок 8. Намеренное «затягивание» времени обсуждения 9. Провоцирование интереса к партнеру 10. «Убаюкивание» с целью «убить»
15.	Публичное выступление. Выбор темы. Определение целевой установки. Подбор материала.	Приступая к подготовке речи, необходимо определить цель выступления. Говорящий должен ясно представлять, для чего, с какой целью он произносит речь, какой реакции слушателей он добивается. Отсутствие определённой целевой установки

		снижает эффективность выступления, не позволяет оратору добиться желаемого результата. Выступающий должен формулировать цель речи не только для себя, но и для своих слушателей. Чёткая формулировка целевой установки готовит слушателей к восприятию речи, облегчает её осмысление. Поиск материала. Чтобы подготовить интересное по содержанию выступление, оратору необходимо собрать как можно больше данных, сведений, фактов, примеров, иллюстраций по выбранной теме. Для этого можно использовать самые разнообразные источники: официальные документы, научную и научно-популярную литературу, беллетристику, статьи из газет и журналов, передачи радио и телевидения, результаты социологических исследований, личные контакты, размышления и наблюдения. Важно использовать и так называемый местный материал, т.е. имеющий отношение к жизни слушателей. Такой материал оживляет выступление, привлекает к нему внимание слушателей, вызывает их интерес.
16.	Как завоевать и удержать внимание аудитории. Культура речи делового человека.	Методики завоевания и удержания внимания аудитории: 1. Вопросно-ответный план (подходит для выступлений перед малыми группами. Суть – вовлечение слушателей в обсуждение проблемы при помощи вопросов и ответов, превращение длинную монологической речи в живой диалог. Вопросы считаются одним из сильных приемов привлечения внимания. Человек автоматически реагирует на вопросительную интонацию, понимая, что от него ждут реакции); 2. Обращение к внешним обстоятельствам 3. Элементы юмора 4. Отсылки к речи предыдущего оратора; 5. Ссылки на авторитетные источники; 6. Подбор тематики с учетом обстановки 7. Голосовые приемы 8. Примеры из личной жизни или литературы; 9. Презентация и раздаточный материал 10. Интерактивность 11. Перемещение в пространстве 12. Демонстрация Речевая культура - это искусство речевого общения с соблюдением определенных требований и условностей, предписываемых современными нормами языкового общения. Деловая речь должна быть выразительной. Деловой человек всегда должен знать, когда, кому и что можно и нужно сказать.
17.	Деловая беседа как основная форма делового общения. Виды и структура деловой беседы.	Деловая беседа – одна из основных форм делового общения, специально организованный предметный разговор, служащий решению управленческих и профессиональных задач. Начало беседы. Очень часто первая фаза беседы осуществляется лишь частично или вообще пропускается. Передача информации. Данная фаза логически продолжает начало беседы и одновременно является переходной к фазе аргументации. Фаза аргументации. На данной фазе формируется предварительное мнение, занимается определенная позиция

		по данной проблеме. Фаза нейтрализации замечаний собеседника. Чаще всего встречаются следующие виды замечаний: невысказанные замечания, отговорки, предрассудки, ироничные замечания, стремление получить информацию, желание показать себя, субъективные замечания, объективные замечания, общие сопротивления, «последняя попытка». Фаза принятия решений и завершения беседы. Здесь особенно важен опыт, здесь требуются деликатность и внимание к собеседнику. Успешно завершить беседу — значит достигнуть заранее намеченных и запланированных целей этой беседы.
18.	Виды стилей письма и речи	Виды стилей письма и речи могут варьироваться в зависимости от контекста и цели коммуникации. Вот некоторые общие виды стилей письма и речи: Стили письма: 1. Официальное письмо: используется для формального обращения к организациям, институциям или важным личностям. 2. Деловое письмо: используется для профессионального общения в деловой среде. 3. Персональное письмо: такие письма предназначены для индивидуальной коммуникации, основываются на более личном тоне и могут содержать эмоциональные элементы. 4. Рекламное письмо: эти письма используются для маркетинговых целей и направлены на привлечение внимания получателя, продвижение товаров или услуг. Стили речи: 1. Формальная речь: такой стиль используется при публичных выступлениях или официальных мероприятиях. 2. Информативная речь: этот стиль речи направлен на передачу информации и фактов. 3. Убеждающая речь: такой стиль используется для убеждения аудитории или воздействия на ее мнение. 4. Разговорная речь: это более неформальный стиль речи, который используется в повседневных разговорах. Каждый из этих стилей имеет свои особенности и цель. Выбор стиля зависит от контекста, цели коммуникации и аудитории, с которой вы взаимодействуете.
19.	Деловой разговор по телефону.	Рекомендации для принимающего звонок/ Рекомендации для звонящего: Следите за интонацией своего голоса. При общении по телефону улыбайтесь, будьте полны энергии и энтузиазма. Улыбка и положительное отношение слышатся в интонации. Рекомендации для принимающего звонок: На входные звонки отвечайте после 2-го, максимум после 3-го звонка. Приветствуйте звонящего. Представляйтесь по телефону. После приветствия представьтесь звонящему, назовите вашу организацию. Корректно используйте функцию «hold» («удержание»). Если спрашивают человека, который отсутствует. Будьте вежливы во время трудного разговора. Рекомендации для звонящего: тщательно выбирайте время для деловых телефонных звонков. Готовьтесь к деловому телефонному разговору; Позвонив, не говорите: «Вас беспокоит...» или «Вас тревожит...». Позвонив, спросите, может ли собеседник говорить с вами; переходите к

		сути своего звонка как можно быстрее. Не извиняйтесь перед собеседником за то, что заняли его время. Заканчивая разговор, попрощайтесь с собеседником. По этикету при равных условиях первым завершает разговор тот, кто позвонил.
20.	Методика проведения делового совещания	Деловые совещания – это групповая форма производственных коммуникаций с целью координации совместной деятельности. Методика проведения деловых совещаний: 1. Совещание целесообразно проводить в два этапа. На первом дать общую информацию для всех. После этого основную массу присутствующих отпустить, оставив лишь людей для решения частных вопросов. В узком кругу может быть обсуждена специальная, конфиденциальная информация. 2. На деловое совещание следует составлять перечень вопросов для обсуждения. Их следует подготовить и продумать заранее. По ходу совещания, кроме основных, можно включить и дополнительные вопросы. Заседания касаются коллегиальных органов управления. На заседаниях рассматриваются производственные вопросы и по ним принимаются развернутые решения. В методике проведения выделяют две части: подготовка и проведение. Алгоритм подготовки заседания. 1. Повестка дня. 2. Докладчик. 3. Комиссия (оппоненты). 4. Приглашенные. 5. Выступающие. 6. Наглядные материалы. Проведение заседания имеет свои особенности. Председателю следует придерживаться следующих правил: 1. Регламент. 2. Перерывы. 3. Разговор по существу. 4. Принятие решения. 7. Проект постановления (решения) готовит комиссия по проверке данного вопроса по согласованию с докладчиком
21.	Понятие «информация» в деловом общении.	Деловая информация представляет собой сведения, с которыми мы хотим ознакомить партнера (коллег, подчиненных, руководство, клиентов). От того, насколько полной, целенаправленной и точной она будет, в решающей степени зависит результат деловой беседы. Деловое общение предполагает в первую очередь передачу информации. Содержание информации передается при помощи языка, т. е. принимает вербальную, или словесную, форму. При этом возможно частичное искажение смысла информации и даже ее частичная потеря. При передаче информации нужно возникшую идею, мысль сначала словесно оформить во внутренней речи, затем перевести из внутренней речи во внешнюю, т. е. высказать. Это высказывание должно быть услышано и понято. Эффективной коммуникация будет тогда, когда получатель сообщения правильно расшифрует все его четыре стороны:

		существо дела; отношение; самораскрытие; призыв.
22.	Резюме. Правила составления резюме.	Цель резюме - привлечь внимание потенциального работодателя. Поэтому резюме должно удовлетворять следующим требованиям: • Краткость – • Уместность – • Правдивость – • Позитивный характер – • Систематичность – • Уникальность – • Хороший стиль изложения – • При написании резюме следует исходить из принципа избирательности, отбирая информацию для резюме согласно его целям. Задача человека, пославшего резюме - добиться, чтобы читающий захотел встретиться с ним лично. Информация, которую не следует включать в резюме: • Всю трудовую биографию подробно. Работодателя интересуют период работы не более 10 лет • Физические данные • Фотографию (чтобы первое впечатление о кандидате сформировалось на основе личного общения) • Причины ухода с работы • Свои требования к зарплате • Имена рекомендателей (такой список можно подготовить отдельно, идя на собеседование) • Личные проблемы, которые не стоит подчеркивать и в личном разговоре с работодателем
23.	Дискуссия в деловом общении.	Дискуссия как форма делового общения предполагает общение на основе доводов и аргументов с целью найти истину путем всестороннего сопоставления различных мнений. Сущность действий в дискуссии состоит в защите или опровержении тезиса. Выделяют следующие этапы деловой дискуссии: 1) вступление в контакт; 2) постановка проблемы (что обсуждается, зачем, в какой степени нужно решить проблему, какова цель дискуссии); 3) уточнение предмета общения и предметных позиций (мнений) участников; 4) выдвижение альтернативных вариантов; 5) конфронтация участников; 6) обсуждение и оценка альтернатив, поиск элементов сходства; 7) установление согласия через выбор наиболее приемлемого или оптимального решения.
24.	Этика деловых отношений в организации.	Этика деловых отношений играет важную роль в организации, определяя правила поведения и ценности, которыми руководствуются сотрудники. Вот некоторые ключевые аспекты этики деловых отношений в организации: 1. Честность и интегритет: Честность является основополагающим принципом этики деловых отношений. Сотрудники должны быть честными в своих действиях и словах, соблюдать обещания и выполнять свои обязанности в рамках закона и этических норм. Интегритет предполагает поддержание высоких моральных и этических стандартов.

		2. Уважение к нормам и ценностям: Сотрудники должны уважать разнообразие культурных, религиозных и социальных факторов в организации. Это включает признание и уважение прав и достоинства других, а также учет различий во взглядах и мнениях. 3. Конфиденциальность и защита информации: Сотрудники должны соблюдать конфиденциальность и обязательства по защите информации, особенно если она относится к клиентам, партнерам или другим сторонам. 4. Профессионализм: Профессионализм требует соблюдения высоких стандартов в работе и общении с коллегами, клиентами и другими сторонами. 5. Ответственность: Сотрудники должны нести ответственность за свои действия и результаты своей работы. Создание и поддержание этической культуры деловых отношений является важным для успеха и долгосрочной жизнеспособности организации. Она способствует созданию доверия, развитию эффективного сотрудничества и поддержанию хорошей репутации. Руководство должно играть активную роль в продвижении этической культуры и обеспечении соблюдения этических стандартов всех сотрудников.
25.	Критика и комплименты в деловой коммуникации.	Критика и комплименты являются важными инструментами в деловой коммуникации. Они могут быть использованы для передачи обратной связи, мотивации сотрудников и улучшения производительности. Вот некоторые аспекты критики и комплиментов в деловой коммуникации: Критика: 1. Конструктивность: Она должна основываться на конкретных фактах и поведении, и предоставлять рекомендации по улучшению. 2. Объективность: Важно сосредоточиться на конкретных действиях или результате, а не на личности. 3. Умеренность: Критику необходимо выражать с учетом умеренности и такта. Излишняя жесткость или агрессивность могут вызвать отрицательную реакцию и ослабить эффективность обратной связи. 4. Обратная связь: Критика должна быть подкреплена объяснением причины и объективными фактами. Комплименты: 1. Искренность: Комплименты должны быть искренними и основываться на реальных достижениях или качествах. 2. Специфичность: Указывайте конкретные характеристики, действия или успехи, которые вызывают восхищение или признание. 3. Поддержка и мотивация: Комплименты могут использоваться для поддержки и мотивации сотрудников. 4. Баланс: Важно найти баланс между критикой и комплиментами в обратной связи. Критика и комплименты должны быть использованы в деловой коммуникации с осторожностью, соответствующим тональностью и учетом контекста. Они могут стать эффективными инструментами для улучшения производительности и развития команды, если используются

		адекватно и справедливо.
26.	Информационные технологии в деловой коммуникации. Информационные компании.	Информационные технологии играют ключевую роль в деловой коммуникации, предоставляя средства и инструменты для эффективного обмена информацией как внутри компании, так и с внешними партнерами. Они улучшают доступ к данным, облегчают коммуникацию и повышают эффективность бизнес-процессов. Часто информационные технологии используются в информационных компаниях, которые специализируются на обработке и предоставлении информации. Несколько основных способов использования информационных технологий в деловой коммуникации: 1. Электронная почта и мгновенные сообщения 2. Коллаборативные платформы 3. Видеоконференции и онлайн-совещания 4. Социальные сети для бизнеса Информационные компании - это организации, специализирующиеся на предоставлении информационных услуг или продуктов. В таких компаниях информация является ценным активом, и информационные технологии играют ключевую роль в обработке, хранении и передаче этой информации. Примерами информационных компаний могут быть издательства, медиа-агентства, интернет-платформы, IT-компании, специализирующиеся на разработке программного обеспечения и многое другое. Информационные технологии и информационные компании имеют значительное влияние на современную деловую коммуникацию, улучшая ее эффективность, доступность и гибкость. Они помогают ускорить принятие решений, повысить производительность и расширить возможности для сотрудничества и обмена знаниями.
27.	Понятие электронных коммуникаций.	Электронные коммуникации – это обмен информацией и коммуникация, осуществляемая с использованием электронных средств связи и технологий. Это означает, что коммуникация происходит с помощью электронных устройств и сетей, таких как компьютеры, мобильные телефоны, интернет, электронная почта и другие средства. В электронных коммуникациях информация передается в цифровой форме и может включать текстовое сообщение, изображения, аудио- и видеозаписи, файлы и другие форматы данных. Коммуникация может происходить с использованием различных платформ и приложений, таких как социальные сети, мессенджеры, видеоконференции и др. В целом, электронные коммуникации стали неотъемлемой частью современного делового общения. Они облегчают и ускоряют обмен информацией, улучшают эффективность работы и расширяют возможности сотрудничества внутри организаций и между ними.
28.	Глобальная информационная сеть: интернет.	Глобальная информационная сеть, более известная как интернет, является мировой системой связи, которая соединяет миллиарды компьютеров и других устройств по всему миру. Интернет предоставляет доступ к широкому спектру ресурсов, информации, коммуникационных платформ и онлайн-сервисов. Некоторые особенности интернета:

		1. Глобальное подключение 2. Бесконечные ресурсы 3. Виртуальные сообщества 4. Электронная коммерция 5. Информационная безопасность и защита данных Интернет стал важным инструментом для делового общения, коммуникации и работы в современном мире. Он предоставляет доступ к информации и возможности для развития бизнеса, личного роста и глобального взаимодействия.

7.2.2. Примеры заданий для оценки умений, владений и опыта деятельности

1. Приведите пример конкретного сообщения для каждой функции коммуникации.
2. Напишите два варианта одного и того же сообщения так, чтобы содержание обоих сообщений было одинаковым, а командный аспект был выражен по-разному.
3. Опишите пространственное расположение участников коммуникации для следующих ситуаций:
   - собрание трудового коллектива (односторонняя передача информации);
   - совещание (обсуждение с участием всех коммуникантов).
4. Опишите размещение мебели в кабинете руководителя. Какую информацию невербально должно передавать пространственное размещение людей в кабинете руководителя? Почему не всегда целесообразно проводить переговоры в кабинете руководителя, а следует использовать для этого переговорную комнату?

№	Вопросы	Ответы
1.	Приведите пример конкретного сообщения для каждой функции коммуникации.	1. Функция информирования: "Здравствуйте, хотел просто сообщить вам, что наша встреча переносится на следующий понедельник в 10:00 утра. Пожалуйста, подтвердите свое присутствие." 2. Функция убеждения: "Уважаемый клиент, хотел бы поговорить о новом продукте, который мы разработали. Он обладает рядом уникальных функций и может значительно повысить эффективность вашего бизнеса. Разрешите представить вам наше решение и рассказать о его преимуществах." 3. Функция выражения чувств: "Дорогая команда, я хотел бы выразить свою глубокую благодарность за вашу непоколебимую преданность и усилия в достижении наших целей. Ваша работа вдохновляет и радует меня каждый день. Спасибо!" 4. Функция контроля: "Привет, я просто хотел узнать, как продвигается проект X и есть ли какие-то препятствия или задержки, с которыми нужно разобраться. Пожалуйста, дайте мне обратную связь по этому вопросу до завтра." 5. Функция развлечения: "Друзья, приглашаю вас на наше корпоративное мероприятие, которое пройдет в эту

		пятницу. У нас запланировано множество интересных развлечений, музыкальных выступлений и возможности отдохнуть и повеселиться вместе." Конкретные сообщения могут различаться в зависимости от контекста коммуникации и целей, но эти примеры демонстрируют различные функции коммуникации: информирование, убеждение, выражение чувств, контроль и развлечение.
2.	Напишите два варианта одного и того же сообщения так, чтобы содержание обоих сообщений было одинаковым, а командный аспект был выражен по-разному.	Вариант 1 (авторитарный командный стиль): "Все сотрудники должны немедленно приступить к выполнению задания X. Выполнение этого задания является обязательным и требует полной отдачи и концентрации. Пожалуйста, представьте готовые результаты до конца рабочего дня." Вариант 2 (демократический командный стиль): "Приветствую всех! Есть одно важное задание X, которое требует нашей совместной работы и усилий. Буду очень благодарен, если каждый из вас сможет внести свой вклад и представить результаты данного задания до конца рабочего дня. Давайте вместе достигнем успеха в этом проекте!"

3.	Опишите пространственное расположение участников коммуникации для следующих ситуаций:
	  собрание трудового коллектива (односторонняя передача информации);
	  совещание (обсуждение с участием всех коммуникантов).
		1. Собрание трудового коллектива (односторонняя передача информации): В этой ситуации участники коммуникации могут быть расположены в большом помещении, например, зале или конференц-зале. Руководитель или докладчик будет находиться на сцене или передней части помещения, в то время как остальные участники будут сидеть в рядах или на стульях, обращая свое внимание на докладчика.
		2. Совещание (обсуждение с участием всех коммуникантов): В этой ситуации участники совещания могут быть расположены в кругу или полукругу, чтобы обеспечить взаимодействие и общение между всеми участниками. Руководитель или фасилитатор может занимать центральное место, а остальные участники располагаются вокруг него. Это создает более интимную и равноправную обстановку, способствующую обмену мнениями и дискуссии.
		В обоих ситуациях пространственное размещение участников коммуникации имеет важное значение для эффективности коммуникации. В первом случае, когда передается односторонняя информация, расположение в форме аудитории помогает поддерживать сосредоточенность и обеспечивать участие всех членов коллектива. Во втором случае, когда происходит обсуждение, более интимное пространственное расположение, такое как круговая или полукруговая структура, способствует активному участию, обмену идеями и демократичному обсуждению между всеми присутствующими.

4.	Опишите размещение мебели в кабинете руководителя. Какую информацию невербально	1. Рабочий стол руководителя обычно будет располагаться на передней или боковой стороне кабинета. Здесь руководитель проводит основную часть

	должно передавать пространственное размещение людей в кабинете руководителя? Почему не всегда целесообразно проводить переговоры в кабинете руководителя, а следует использовать для этого переговорную комнату?	времени и встречает гостей. 2. Противоположная сторона кабинета может быть занята гостевыми креслами или диваном для приема посетителей. 3. На стенах может быть размещена полочка с книгами или документами, а также декоративные элементы, которые выражают индивидуальность руководителя. Пространственное размещение людей в кабинете руководителя может невербально передавать следующую информацию: 1. Силовые отношения: Расположение руководителя за рабочим столом и посетителей на стороне говорит о иерархии и авторитете руководителя. 2. Конфиденциальность: Расположение гостевых кресел или дивана дальше от рабочего стола может подчеркнуть конфиденциальность и комфорт во время беседы. 3. Доступность: Открытое и доступное расположение мебели, такое как отсутствие стола между руководителем и посетителями, может передавать ощущение близости и доступности для общения. Почему не всегда целесообразно проводить переговоры в кабинете руководителя, а следует использовать для этого переговорную комнату? 1. Приватность: Некоторые деловые переговоры требуют высокой степени конфиденциальности. Переговорная комната может предоставить большую приватность и защиту информации. 2. Нейтральность: Использование переговорной комнаты может создать нейтральную среду, что способствует объективным переговорам и устранению возможных предубеждений. 3. Ресурсы и оборудование: Переговорные комнаты обычно оборудованы необходимыми техническими средствами, такими как проекторы, интерактивные доски и конференц-системы для более эффективного проведения переговоров. 4. Более формальная атмосфера: Переговорная комната может создать более официальную и деловую атмосферу, что может быть предпочтительным во время переговоров с партнерами или клиентами. Это не означает, что проведение переговоров в кабинете руководителя всегда нежелательно. Каждый случай требует индивидуальной оценки, а выбор места проведения переговоров зависит от целей, конфиденциальности и предпочтений участников.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная литература

1. Дзялошинский, И. М. Коммуникация и коммуникативная культура: учебное пособие /

И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 606 с. — ISBN 978-5-4497-1367-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115017.html.

2. Дагаева, Е. А. Деловые переговоры: учебное пособие / Е. А. Дагаева. — Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2019. — 116 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108077.html

8.2 Дополнительная литература

1. Деловая коммуникация в профессиональной сфере : учебное пособие / И. А. Зубкова, Л. К. Алахвердиева, И. А. Животкова, С. А. Круглова. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2020. — 143 с. — ISBN 978-5-7890-1825-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: **https://www.iprbookshop.ru/118035.html**

2. Косова, Ю. А. Деловые коммуникации: технологии общения : сборник практических заданий / Ю. А. Косова, Н. В. Сергеева. — Москва : Российский государственный университет правосудия, 2021. — 127 с. — ISBN 978-5-93916-893-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/117239.html

8.3. Периодические издания для направления «Менеджмент»:

1. Вопросы экономики
2. Российская газета

8.4. Электронные библиотечные системы, электронные образовательные ресурсы и базы

1. **Электронно-библиотечная система (ЭБС) «ZNANIUM.COM»**
   Режим доступа**: http://www.znanium.com/**
   Авторизация по логину и паролю, полученному в библиотеке.
   Доступ возможен с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

2. **Электронно-библиотечная система (ЭБС) «IPR BOOKS»**
   Режим доступа: **https://** www.iprbookshop.ru **/**
   Авторизация в читальном зале библиотеки и далее доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

3. **Справочная Правовая Система КонсультантПлюс**
   Режим доступа**: http://www.consultant.ru/**
   Доступ в компьютерных классах, учебном зале судебных заседаний, читальном зале библиотеки.

4. **Справочная Правовая Система Гарант**
   Режим доступа**: http://www.garant.ru/**
   Доступ в компьютерных классах, учебном зале судебных заседаний, читальном зале библиотеки.

5. **Президент Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://www.gov.ru/main/page3.html**
   Доступ свободный

6. **Правительство Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://www.gov.ru/main/ministry/isp-vlast44.html**
   Доступ свободный

7. **Федеральное собрание Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://www.gov.ru/main/page7.html**
   Доступ свободный

8. **Счетная палата Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://audit.gov.ru/**
   Доступ свободный

9. **Генеральная прокуратура Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://www.genproc.gov.ru/**
   Доступ свободный

10. **Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации**
    Режим доступа: **http://ombudsmanrf.org/**
    Доступ свободный

11. **Официальный сайт мэра Москвы**
    Режим доступа: **https://www.mos.ru/**
    Доступ свободный

12. **Московская городская Дума**
    Режим доступа: **https://duma.mos.ru/ru/**
    Доступ свободный

13. **Правительство Московской области**
    Режим доступа: **https://mosreg.ru/**
    Доступ свободный

14. **Московская областная Дума**
    Режим доступа: **https://www.mosoblduma.ru/**
    Доступ свободный

15. **Федеральный информационный фонд стандартов (профессиональная база данных)**
    Режим доступа: **http://www.gostinfo.ru/pages/Maintask/fund/**
    Доступ свободный

16. **Портал открытых данных Российской Федерации (профессиональная база данных)**
    Режим доступа: **http://data.gov.ru/**
    Доступ свободный

17. **Федеральная государственная информационная система территориального планирования (профессиональная база данных)**
    Режим доступа: **https://fgistp.economy.gov.ru/**
    Доступ свободный

18. **База предприятий, компаний и организаций РФ по различным областям деятельности**
    Режим доступа: **http://www.baza-r.ru/enterprises/**
    Доступ свободный

19. **База данных по культурным ресурсам, культурным наследиям Министерства культуры РФ**
    Режим доступа: **http://opendata.mkrf.ru/opendata/**
    Доступ свободный

20. **Информационно-справочная система Административно-управленческого портала**

Режим доступа: **http://www.aup.ru/**
Доступ свободный

21. **База данных о субъектах малого и среднего предпринимательства**
Режим доступа: **https://ofd.nalog.ru/**
Доступ свободный

22. **«История России - Федеральный портал История.РФ» (база данных материалов по истории) (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://www.histrf.ru**
Доступ свободный

23. **Безопасность жизнедеятельности (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://www.kornienko-ev.ru/BCYD/index.html**
Доступ свободный

24. **Информационно образовательный портал по безопасности (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://0bj.ru/**
Доступ свободный

25. **Основы безопасности жизнедеятельности. Научно-методический и информационный журнал (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://spasedu.ru/студентам/**
Доступ свободный

26. **Информационный ресурс Охрана труда (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://ohrana-bgd.ru/**
Доступ свободный

27. **Информационный ресурс** Административно-управленческий портал
Режим доступа: **http://** www.aup.ru/management
Доступ свободный

28. **Судебные и нормативные акты РФ - база судебных актов, судебных решений и нормативных документов (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://sudact.ru/**
Доступ свободный

29. **Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **https://sudrf.ru/**
Доступ свободный

30. **База данных показателей муниципальных образований (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://www.gks.ru/dbscripts/munst/**
Доступ свободный

31. **Информационно-справочная система Федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент»**
Режим доступа: **http://ecsocman.hse.ru/docs/27572260/**
Доступ свободный

32. **Информационно-справочная система Университетской информационной системы «Россия» (УИС Россия)**
Режим доступа: **https://uisrussia.msu.ru/**
Доступ свободный

9. Перечень лицензионного программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины

1.Операционная система Microsoft Win Pro 7
2.Офисный пакет приложений Microsoft Office
3. Microsoft Power Point
4. ПО 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
5.OpenOffice (Apache OpenOffice):

Модуль	Название	Статус	Назначение
	Apache OpenOffice.org Writer	Свободно распространяемое программное обеспечение	Текстовый процессор и визуальный редактор HTML
	Apache OpenOffice.org Calc	Свободно распространяемое программное обеспечение	Табличный процессор
	Apache OpenOffice.org Impress	Свободно распространяемое программное обеспечение	Программа подготовки презентаций
	Apache OpenOffice.org Base	Свободно распространяемое программное обеспечение	Механизм подключения к внешним СУБД и встроенная СУБД HSQLDB
	Apache OpenOffice.org Draw	Свободно распространяемое программное обеспечение	Векторный графический редактор
	Apache OpenOffice.org Math	Свободно распространяемое программное обеспечение	Редактор формул

10. Материально-техническая база, необходимая для освоения дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, специализированная учебная мебель, переносное видеопроекционное оборудование, презентационный учебный материал.

Специализированная учебная аудитория «Компьютерный класс» для проведения занятий лекционного и семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы, курсового проектирования, специализированная учебная мебель, переносное видеопроекционное оборудование, презентационный учебный материал.

Экран. Доска. Наглядные учебные пособия.

Библиотека. Читальный зал. Помещение для самостоятельной работы. Автоматизированные рабочие места обучающихся с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть интернет.

11. Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программа может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья различных нозологий по личному заявлению обучающегося (законного представителя) на основании рекомендаций заключения психолого-медико-педагогической комиссии.

Обучающимся инвалидам и лицам с ОВЗ по заявлению предоставляются специальные технические средства, услуги ассистента (помощника), оказывающего необходимую техническую помощь.

Автор (составитель):	Рабочая программа разработана коллективом кафедры экономики, менеджмента и таможенного дела