

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего профессионального образования**  
**«Томский государственный педагогический университет»**  
**(ТГПУ)**



**УТВЕРЖДАЮ**

Декан факультета психологии,  
связей с общественностью, рекламы

*Н.К. Грицкевич* Н.К. Грицкевич

*сентябрь* 2011 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б.3.В.08 ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ**

Трудоемкость (в зачетных единицах) - 2

Направление подготовки: 031600.62 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

## 1. Цель и задачи изучения дисциплины

**Цель дисциплины** – освоение студентами этических основ, форм и сфер делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (и общественными) партнерами в рамках делового протокола, этических норм, требований этикета, сложившихся на основе исторической практики и отчасти закрепленных в нормативных документах и международных конвенциях.

Достижение поставленной цели осуществляется через реализацию следующих **задач**:

- изучить этические основы делового общения и формирования современной деловой культуры; деловой этики в рекламе;
- рассмотреть теорию и практику ведения деловых переговоров - их организации и подготовки, концептуальных подходов к ним;
- освоить психологию делового общения, тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;
- рассмотреть вопросы делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов делового общения;
- проанализировать виды деловой переписки (включая и международную), особенности составления деловых документов в области рекламы;
- ознакомиться с методами организации и проведения деловых бесед, совещаний, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина «Деловое общение» является важным вариативным компонентом профессионального цикла основной образовательной программы бакалавриата направления подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью.

Результатом успешного овладения дисциплиной «Деловое общение» является получение базовых знаний по основам деловой коммуникации. Данный курс предваряет изучение таких дисциплин Б.3.02 «Социология массовых коммуникаций», Б.3.03 «Психология массовых коммуникаций», Б.3.04 «Теория и практика массовой информации».

Освоение курса «Деловое общение» будет выступать в качестве предпосылки овладения знаниями в смежных областях, и способствовать усвоению содержания таких специальных дисциплин как Б.3.В.02 Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности, Б.3.В.04 Технологии в рекламе и PR», Б.3.В.06 Разработка и проведение рекламных и PR-кампаний.

## 3. Требования к уровню освоения программы

В результате изучения дисциплины студент должен

### **знать:**

- основные понятия и термины, связанные с теорией делового взаимодействия;
- правила делового взаимодействия в ходе проведения переговоров, деловых бесед, совещаний и др.;
- функциональное предназначение и способы применения приемов и методов делового взаимодействия;
- психологические аспекты делового взаимодействия;
- место исследований в сфере делового общения;
- современные подходы к ведению деловых переговоров, совещаний, пресс-конференций;

- современные практические аспекты в области массовой коммуникации, ее основные виды и формы;
- ориентироваться в этических основах делового общения.

**уметь:**

- применить требования к организации и проведению разных типов деловых мероприятий – переговоров, пресс-конференций, совещаний и др.;
- рассматривать современные концептуальные подходы к переговорам (в частности «партнерский подход») в контексте практических ситуаций;
- самостоятельно работать с рекомендуемой литературой для подготовки сообщений по вопросам теории и практики делового взаимодействия;
- выстраивать убедительную аргументацию в ходе ведения переговоров, деловых бесед и совещаний, с учетом особенностей восприятия партнера.

**владеть:**

- понятийным аппаратом в сфере делового общения;
- технологиями анализа и разрешения конфликтной ситуации;
- навыками составления деловой переписки (составления разных типов писем – ходатайства, рекламации, сопроводительного письма и др.);
- навыками ведения делового телефонного разговора.

Данная учебная дисциплина способствует формированию у обучающихся следующих компетенций:

**общекультурные компетенции (ОК):**

- владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8).

**профессиональные компетенции (ПК):**

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- владеет основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

**4. Общая трудоемкость дисциплины - 2 зачётных единицы**

**(72 часа) и виды учебной работы**

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом)
	Всего -72	Семестр № 1
Аудиторные занятия	38	38
Лекции	19	19
Практические занятия /семинары	19	19
Лабораторные работы	-	-
Занятия в интерактивной форме	8	8
Самостоятельная работа	34	34
Курсовой проект (работа)	-	-
Реферат	+	+
Расчётно-графические работы	-	-
Формы текущего контроля	Промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины; подготовка докладов, выступлений; контрольные работы; подготовка групповых и индивидуальных проектов; написание эссе.	Промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины; подготовка докладов; контрольные работы; подготовка групповых и индивидуальных проектов.
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	зачет	зачет

## 5. Содержание программы учебной дисциплины

### 5.1. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Аудиторные часы					Сам. работа (час)
		Всего, час/зач.ед	Лекции	Практические (семинары)	Лабораторные	В т.ч. интерактивные формы обучения, час/%	
1.	Методологические основы и понятийный аппарат курса "Деловое общение"	2	1	1	-	-	2
2.	Психологические особенности личности как составляющий элемент делового поведения-	4	2	2	-	2	2
3.	Этика бизнеса и социальная ответственность: управленческая этика	4	2	2	-	2	4
4.	Речевая коммуникация: понятие, формы и типы	4	2	2	-	2	4
5.	Невербальные аспекты делового общения	4	2	2	-	-	4
6.	Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия	4	2	2	-	-	4
7.	Технология подготовки и проведения пресс-конференции	4	2	2	-	-	2

8.	Деловые переговоры: подготовка и проведение	4	2	2	-	-	4
9.	Деловой телефонный разговор	4	2	2	-	2	4
10.	Письменная форма коммуникации: деловая переписка	4	2	2	-	-	4
	<b>Итого</b>	<b>38/1,1</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>-</b>	<b>8/21,1</b>	<b>34</b>

## 5.2. Содержание разделов дисциплины

### Тема 1. Методологические основы и понятийный аппарат курса «Деловое общение»

Предмет и задачи курса. Понятия: «этика», «общение», «деловое общение», «этика делового общения». Предмет - психологическая и нравственная стороны деятельности и общения людей; свойства и состояния разного рода рабочих, деловых групп. Представление о формировании у деловых людей соответствующих психологических и нравственных качеств как необходимых условий их деятельности; установление и развитие отношений сотрудничества и партнерства с клиентами и заказчиками, между коллегами по работе, руководителями и подчиненными, партнерами и конкурентами.

Поддержание устойчивости, стабильности бизнеса и организации, должного уровня коммуникации с клиентами, потребителями рекламного продукта, оптимизации рабочих групп; совершенствование методов подбора и использования персонала; разрешение внутри- и межгрупповых конфликтов; выработка способов оптимизации морально-психологического климата в коллективах; определение способов психологической защиты от стрессовых ситуаций.

Модель трехмерного управленческого мышления как решение организационно-технических задач, задач социально-психологических и обеспечения общей эффективности рекламного бизнеса, его прибыльности.

### Тема 2. Психологические особенности личности как составляющий элемент делового поведения

Психологические особенности партнеров. Классификация абстрактных типов собеседников. Методы воздействия на партнера, завоевания симпатии, формулы логического убеждения, смягчения конфликтных ситуаций и выхода из них (уступка, компромисс, сотрудничество, игнорирование, прямое жесткое требование).

Техника аргументации (риторические методы: противоречия, "извлечения выводов", сравнения, "да-но", "бумеранга", видимой поддержки и т.д.; спекулятивные методы: преувеличения, анекдота, ссылки на авторитет, апелляции, дискредитации, искажения и т.д.). Применяемые риторические выразительные средства (наглядные, впечатляющие, эстетические, коммуникативные и т.д.).

Наиболее распространенные способы завершения переговоров (рекомендации Международного торгового центра).

Национальные особенности делового общения. Международная субкультура переговоров - их специфика в странах Запада и Востока. Кросс-культурный анализ и национальные подходы

в вопросах: формирования делегаций и механизма принятия решений; ценностных ориентации, особенностей восприятия и мышления; особенностях поведения и характерных тактических приемов.

### **Тема 3. Этика бизнеса и социальная ответственность: управленческая этика**

Духовная культура, нравственные качества руководителя. Проявление культуры руководителя в моделях его трудового поведения. Стили руководства – как отражение культуры управления. Стил ь руководства и его проявление в моделях трудового поведения. Власть. Типы власти. Типологии лидерства.

### **Тема 4. Речевая коммуникация: понятие, формы и типы**

Особенности вербальной коммуникации в деловом общении. Понятия: «коммуникация», «язык», «речь», «мышление», «речевая деятельность». Функционально-смысловые типы речи. Функциональные стили речи. Культура речи. Основы устного общения. Законы публичной речи. Стратегия ведения речи. Композиция и стиль речи при деловом общении. Риторика.

Воздействие на аудиторию. Формулы логического убеждения. Построение аргументации. Тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения.

### **Тема 5. Невербальные аспекты делового общения**

Специфика невербальной стороны делового общения. Имидж делового человека. Классификация невербальных средств общения. Мимика, взгляд, поза, жесты, походка. Интонационный строй речи, сила, громкость, тембр голоса, скорость речи, паузы. Дистанция между собеседниками. «Зоны общения». Национальные особенности невербального общения.

### **Тема 6. Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия**

Деловые коммуникации в бизнесе и в организациях. Виды деловых бесед: Цели, задачи и структура деловой беседы. Ведение деловых бесед. Типы собеседников в деловом общении. Культура организации деловых бесед. Методика проведения деловых совещаний. Виды совещаний. Цели делового совещания. Подготовка, организация и проведение совещания. Типичные ошибки. Структура совещания. Культура поведения сотрудников на совещании. Уровень работы ведущего и успех совещания. Типы ведущих и результативность совещания.

### **Тема 7. Технология подготовки и проведения пресс-конференции**

Роль брифингов и пресс-конференций в деловом общении с прессой. Общее и особенное в структуре брифинга и пресс-конференции.

Подготовка и проведение брифингов и пресс-конференций. Технология моделирования брифинга, пресс-конференции: определение контингента, социального статуса аудитории, предполагаемые вопросы, прогнозирование линии поведения аудитории, наиболее типичные и неординарные ситуации.

Требования к выступающему: краткость и содержательность, обоснованность суждений, исключение двусмысленностей и слов с двойным значением, предельная ясность и точность. Независимость ответов от внутреннего эмоционального состояния выступающего, его настроения, предубеждений.

### **Тема 8. Деловые переговоры: подготовка и проведение**

Классификация переговоров (по содержанию и целям, охватываемой области, количеству и статусу участников). Особенности деловых и коммерческих переговоров. Стадии подготовки и проведения переговоров. Организационная подготовка деловых переговоров и составление программы, определение участников, времени и места их проведения. Разработка стратегии и тактики переговоров, анализ информации, определение позиции, согласование условий,

составление "сценария" переговоров, распределение "ролей" участников своей делегации, подготовка вспомогательных материалов и проектов намечаемых к обсуждению документов. Проработка условий конечных документов переговоров с функциональными службами своей организации и с субподрядчиками. Использование таких методов подготовки, как "деловая игра", "мозговая атака", анализ балансовых листов и др. Техническое обеспечение переговоров.

Ведение переговоров. Выбор концептуального подхода: конфронтационного (торг) либо партнерского (совместное решение проблемы). Симметричные и ассиметричные решения. Способы подачи позиции (открытие ее, закрытие, постепенное приоткрывание - "салями"). Оферта, возможная реакция на предложения, методы торга, акцепт. Возможные тактические приемы со стороны партнера (завышение требований, расстановка по нарастающей, пакетирование и т.д.).

### **Тема 9. Деловой телефонный разговор**

Роль телефонных разговоров в деловой жизни. Основные элементы телефонного разговора. Требования, предъявляемые к телефонному разговору. Схема подготовки и ведения телефонного разговора. Правила обращения к собеседнику.

### **Тема 10. Письменная форма коммуникации: деловая переписка**

Классификация деловой корреспонденции. Общие требования к деловым письмам. Структура делового письма. Характерные типы деловых писем. Деловые документы. Коммерческое письмо, его компоненты, основное содержание. Порядок ведения и основные элементы записи беседы и переговоров. Рекламный текст как вид деловой письменной коммуникации.

#### **5.3. Лабораторный практикум: не предусмотрен.**

### **6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

#### **6.1. Основная литература по дисциплине:**

1. Кузин Ф.А. Культура делового общения : практическое пособие / Ф.А. Кузин – М. : Ось-89, 2010. – 320 с.
2. Мальханова И.А. Деловое общение: учебное пособие. / И.А. Мальханова – М. : Академический проект, 2011. – 224 с.

#### **6.2. Дополнительная литература:**

1. Аминов И.И. Психология делового общения. / И.И. Аминов. – М. : Омега, 2009. – 304 с.
2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учебное пособие / О. А. Баева. - 5-е изд.,- М. : Новое знание, 2005. – 256 с.
3. Введенская Л.А. Деловая риторика : учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.А. Павлова. – М. : ИКЦ «МарТ», 2006. – 512 с.
4. Введенская Л.А. Риторика и культура речи : учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская и др. - 5-е изд., доп. и перераб. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. – 463 с.
5. Ежова Н.Н. Научись общаться: коммуникативные тренинги / Н. Н. Ежова. - Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 285 с.
6. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта / А.Г. Здравомыслов – М., 1996. – 356 с.
7. Карнеги, Дейл. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая

- публично. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как перестать беспокоиться и начать жить.-6-е изд. / Дейл Карнеги – Минск : Попурри, 2008. – 483 с.
8. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения : учебное пособие для вузов / А. С. Ковальчук. - Изд. 4-е, доп. и перераб. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 293 с.
  9. Курбатов В.И. Как успешно провести переговоры (пособие для деловых людей) / В.И. Курбатов – Ростов-на-Дону, 1997. – 416 с.
  10. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации / Г.Г. Почепцов – М., 1998. – 357 с.
  11. Самыгин С.И. Деловое общение : для студентов вузов / С. И. Самыган, Л. Д. Столяренко. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. – 278 с.
  12. Титова Л.Г. Деловое общение : учебное пособие для вузов / Л. Г. Титова. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 372 с.
  13. Холопова Т.П., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей / Т.П. Холопова – М., 1994. – 216 с.
  14. Шейнов В.П. Практические приемы менеджмента : Учебное пособие / В. П. Шейнов. – Минск : Амалфея, 2003. – 183 с.
  15. Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. М. Шеламова.-4-е изд., – М. : Академия, 2005. – 293 с.
  16. Шеламова Г.М. Этикет делового общения: учебное пособие / Г.М. Шеламова. – М. : Академия, 2005. – 184 с.

### **6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины**

При изучении дисциплины следует посетить следующие Интернет-ресурсы, электронные информационные источники:

Adage.com  
Adsoftheworld.com  
Advertising.ru  
Advertme.ru  
Advertology.ru  
Elibrary.com  
Pr.tsu.ru  
Reinfo.ru

В освоении дисциплины студентам помогут:

- библиотечный фонд библиотеки ТГПУ,
- рабочая программа по дисциплине «Деловое общение»,
- учебные кейсы, предлагаемые студентам в ходе занятия,
- научные статьи,
- графические средства представления информации.

#### 6.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) учебной дисциплины	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
1.	Методологические основы и понятийный аппарат курса "Деловое общение"	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом
2.	Психологические особенности личности как составляющий элемент делового поведения-	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы. Словари и онлайн-версии периодической литературы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом
3.	Этика бизнеса и социальная ответственность: управленческая этика	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы. Словари и онлайн-версии периодической литературы	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом
4.	Речевая коммуникация: понятие, формы и типы	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы. Онлайн-версии периодической литературы. Интернетфильмы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом
5.	Невербальные аспекты делового общения	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы. Словари и онлайн-версии периодической литературы. Интернетфильмы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом
6.	Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом

7.	Технология подготовки и проведения пресс-конференции	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы. Словари и онлайн-версии периодической литературы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом
8.	Деловые переговоры: подготовка и проведение	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом
9.	Деловой телефонный разговор	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научно-популярные информационные ресурсы. Онлайн-версии периодической литературы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом
10.	Письменная форма коммуникации: деловая переписка	Программа презентации Power Point. Электронные учебники. Научные информационные ресурсы.	Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным комплексом

## 7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

### 7.1. Методические рекомендации (материалы) преподавателю

Курс ориентирован на овладение навыками воздействия на партнера и клиентуру методами и тактическими приемами рационального обеспечения своих интересов и достижения эффективного сотрудничества.

Рекомендации, полученные в ходе освоения курса, необходимы для построения оптимальных взаимоотношений с партнерами по бизнесу и, в частности, в сфере рекламы, для принятия компетентных поведенческих решений и осуществления профессионально и этически выдержанной рекламной деятельности.

В ходе изучения дисциплины в рамках работы на практических занятиях студенты получают навыки ведения деловых переговоров, делового телефонного диалога (ролевая игра), анализа конфликтной ситуации (разбор конкретной ситуации с выявлением основных и второстепенных участников конфликта, повода и причины конфликта, его результатов), получают практику написания делового письма и т.д.

При чтении лекций необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

1. Изложение теоретического материала важно сочетать с разбором практических производственных ситуаций, представляющих примеры реальных проблем из области делового общения.
2. Рассматривая российский и международный опыт делового общения следует проводить сопоставление разных подходов, анализировать динамику развития сферы делового взаимодействия, выявлять специфику отдельных видов делового взаимодействия, таких как переговоры или деловая беседа.

3. Учитывая, что деловое общение – это элемент жизни современного делового человека необходимо использовать новые сведения из открытых Интернет-источников, материалы периодических изданий.

Практические задания и упражнения предполагают активную работу студента в решении проблем игровой или реальной ситуации, в процессе которой происходит формирование и отработка определенных умений. Исследование конкретных случаев (кейсов) позволяет включить творческое мышление студентов, ликвидирует разрыв между теорией и практикой.

Самостоятельная практическая работа является внеаудиторной деятельностью студента по освоению основной профессиональной образовательной программы, осуществляемая под руководством, но без непосредственного участия преподавателя, форма обучения по заданиям преподавателя, выполнение которых требует активной мыслительной деятельности.

Общие требования к самостоятельной работе студентов: самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: конспектирование научной литературы, сбор и анализ практического материала в средствах СМИ, проектирование, выполнение тематических творческих заданий и пр. Выбор форм и видов самостоятельной работы определяются индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом. Самостоятельная работа по дисциплине предполагает изучение литературных источников, подготовку рефератов и докладов.

В рамках самостоятельной работы студенты также проводят анализ таких форм делового общения как деловая беседа (письменный анализ телевизионной деловой беседы с выявлением стратегии поведения собеседников, обозначением их психологических типов, описанием специфики невербальных коммуникаций деловых партнеров).

Для успешного овладения дисциплиной студенту (слушателю) полезно при подготовке к семинарам, выполнении заданий рубежного контроля, при подготовке к зачету придерживаться следующих рекомендаций:

- при изучении рекомендованной литературы в равной степени обращать внимание на учебную литературу, научные монографии, тексты законов и иных нормативно-правовых документов, определяющих специфику работы специалиста по рекламе и связям с общественностью;

- принимать активное участие в сообщениях с докладами на семинарах, научно-практических студенческих конференциях, участвовать в иных творческих работах, развивающих личные творческие навыки и приемы работы в пределах изучаемой дисциплины.

Так как мы имеем дело с прикладной наукой, то серьезное внимание должно быть уделено методам и приемам практического обучения. В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, групповых дискуссий, рецензирования студентами работ друг друга, оппонирования студентами рефератов, исследовательских работ, экспертных оценок группами студентов совместно с преподавателями и работодателями, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Результативность усвоения материала проверяется посредством самоконтроля при ответе на вопросы самостоятельной работы, вопросы практических занятий и с помощью контрольных срезов знаний. Изучение курса завершается сдачей зачета.

## **7.2. Методические рекомендации для студентов**

Основными формами изучения данной дисциплины являются лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов. Цель самостоятельной работы студентов заключается в глубоком, полном усвоении учебного материала и в развитии навыков самообразования. Самостоятельная форма занятий по курсу «Деловое общение» направлена на

преодоление абстрагированности и неполноты знаний студентов о деловом взаимодействии. Функции самостоятельной работы студентов в учебном процессе заключаются в закреплении психологических знаний и умений, получаемых в рамках аудиторной работы, расширение и углубление знаний по отдельным темам, освоение умений коммуникации, усвоении профессиональных знаний и профессиональных ценностей, подготовке к сдаче зачета.

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, нормативными материалами, историческими первоисточниками, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;

- написание докладов и рефератов;

- участие в работе семинаров, студенческих научных конференций, олимпиад;

- подготовка к зачету непосредственно перед ним.

В ходе освоения данной дисциплины также рекомендуем студентам проводить самостоятельный анализ с последующим обсуждением в группе литературных источников по проблемам профессиональной деятельности, а также самостоятельный сбор и анализ эмпирического материала посредством качественных методов. Результаты выполненной работы необходимо фиксировать в письменном виде: в форме отчета, письменного анализа литературы, дневника наблюдений и т.п.

Наряду с традиционными информационными ресурсами для обеспечения процесса обучения студенты могут использовать следующие средства: электронные учебно-методические комплексы, электронные учебники, учебные пособия, аудио, видеозаписи.

В ходе самостоятельной работы по освоению курса «Деловое общение» рекомендуем студентам:

– задания по составлению подробного структурированного плана раздела;

– поиск ответа на заранее поставленные к тексту вопросы;

– ответы на конкретные вопросы по разделу, направленные на выявление понимания основных понятий, умений сравнивать, анализировать, синтезировать, обобщать;

– задания по формулированию отдельных мыслей текста в другой стилистике;

– составление краткого конспекта текста;

– составление опорной графической схемы раздела с текстовыми пояснениями.

В приложении приведены планы практических занятий, при подготовке к которым студенты имеют возможность углубить и закрепить теоретические знания, приобрести навыки, необходимые для выполнения курсовых, выпускных квалификационных работ.

В освоении программы студентам помогут примерные контрольные вопросы для самостоятельной работы, тематика рефератов, тесты. Ориентиром в подготовке к зачету может служить перечень вопросов к зачету.

Таким образом, самостоятельная работа студентов является необходимым компонентом получения полноценного высшего образования. В учебных планах всех дисциплин на нее отводится не менее половины учебного времени.

Практические занятия по дисциплине «Деловое общение» предназначены для более полного усвоения закономерностей и особенностей процесса делового взаимодействия и анализа его эффективности.

К каждой теме дается список обязательных вопросов, варианты ответов на которые студенты должны подготовить заранее. Подготовку к семинарскому занятию следует начинать с ознакомления с соответствующим разделом учебника и лекции.

## **8. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся**

### **8.1. Тематика рефератов (докладов, эссе)**

1. Кросс-культурная концепция Р. Льюиса.
2. Особенности деловой переписки в рекламном деле.
3. Презентация: слагаемые успеха.
4. Пресс-конференция: типовые ошибки.
5. Роль модератора в разных типах делового взаимодействия.
6. Факторы, повышающие эффективность деловой переписки.
7. Особенности составления официально-деловых текстов в рекламном бизнесе.
8. Логические и психологические приемы полемики.
9. Коммуникация в организациях. Внутрикорпоративные деловые отношения.
10. Управление деловыми конфликтами при работе с клиентами в рекламном бизнесе.
11. Факторы успеха в проведении делового совещания.
12. Исторические предпосылки становления делового общения.
13. Стиль руководства как отражение культуры управления.
14. Власть как компонент стиля руководства.
15. Анализ исследовательских подходов к проблеме лидерства.
16. Характеристика исследовательских подходов к типологии темперамента человека.
17. Характеристика психологических типов личности по Юнгу.
18. Психологические принципы оказания влияния на человека по Чалдини.
19. Практические рекомендации ориентирующие на достижение успеха в процессе делового взаимодействия.
20. Роль эмоций в деловом общении.
21. Речевая коммуникация: подходы к анализу.
22. Речевая деятельность и культура речевой деятельности в деловом общении.
23. Говорение как вид речевой деятельности.
24. Аудирование как вид речевой деятельности.
25. Типология слушателей: исследовательские подходы.

### **8.2. Вопросы и задания для самостоятельной работы, в том числе групповой самостоятельной работы обучающихся**

1. Психологические аспекты делового общения.
2. Национальные особенности этических норм и делового общения при переговорах.
3. Деловые переговоры при организации рекламной кампании и деловое общение.
4. Атрибуты делового общения, вопросы протокольного старшинства.
5. Этические аспекты и практика вручения подарков в деловом общении.
6. Виды и особенности деловых приемов и деловой этикет.
7. Деловое общение, презентации и реклама.
8. Деловая коммуникация в рекламной деятельности.
9. Письменная коммуникация в структуре делового общения.
10. Влияние имиджа на эффективность делового взаимодействия в сфере рекламы.
11. Социально-психологические проблемы деловых отношений в рекламной сфере.
12. Речь в межличностных, общественных и деловых отношениях.
13. Особенности телефонной (электронной и т.д.) коммуникации и деловые отношения.
14. Речевые коммуникации в деловых переговорах.

15. Электронные средства коммуникации и их использование в деловом взаимодействии.
16. Культура речи и деловое общение.

### **8.3. Вопросы для самопроверки, диалогов, обсуждений, дискуссий, экспертиз**

1. Методологические основы и понятийный аппарат курса «Деловое общение».
2. Схема речевого акта по Якобсону.
3. Речевая деятельность и культура речевой деятельности в деловом общении
4. Публичная речь в деловом общении.
5. Бизнес-аргументация: техника аргументации и риторические приемы в деловом общении.
6. Спор и дискуссия как вид делового общения: подходы к ведению спора, общие принципы и аргументация в споре.
7. Критика в споре: значение и рекомендации критикующему и критикуемому.
8. Психологические типы собеседников и их значение в деловом общении по Мицичу.
9. Невербальные средства делового общения и их использование в бизнесе
10. Репрезентативные системы человека.
11. Деловой разговор и деловая беседа в структуре современного делового общения.
12. Деловое совещание в структуре современного делового общения.
13. Технология подготовки и проведения пресс-конференции.
14. Пресс-релиз как форма деловой коммуникации.
15. Общая характеристика деловых переговоров.
16. Основные этапы деловых переговоров.
17. Возможные подходы к деловым переговорам.
18. Принципы взаимодействия с партнером в ходе деловых переговоров. Психологические приемы аттракции.
19. Конфликтные ситуации в деловом общении: понятие и классификация конфликтов.
20. Стратегии поведения в конфликтной ситуации.
21. Деловой телефонный разговор: основные элементы композиции и общие требования.
22. Культура делового общения по телефону в ситуации «инициатор телефонного разговора – вы».
23. Культура делового общения по телефону в ситуации «инициатор телефонного разговора – ваш собеседник».
24. Письменная коммуникация в структуре делового общения: функции деловой переписки и правила делового письменного стиля.
25. Типы деловых писем. Структура делового письма.
26. Классификация деловой корреспонденции.

### **8.4. Примеры тестов**

1. Установленный порядок проведения чего-либо, или иначе говоря, свод правил, нормы взаимоотношения людей в зависимости от их правового, социального, интеллектуального статуса, или система правил поведения в общественных местах, при взаимодействии с другими людьми – это:
  - А) нравственность
  - Б) этикет
  - В) этика
2. Систематизировал философию общения в трактатах «Аналитика» и «Риторика», посвященным таким аспектам речевого общения как логика и аргументация, методика, теория красноречия, обоснование, опровержение и критика:
  - А) Гомер

- Б) Сократ
  - В) Аристотель
3. Классификацию деловых культур в рамках кросс-культурного подхода в деловом общении разработал:
- А) Кречмер
  - Б) Льюис
  - В) Деллингер
4. Представители этой культурной группы четко планируют свой рабочий день, выполняют поручения в строго установленные сроки, с трудом меняют привычный распорядок:
- А) полиактивные
  - Б) реактивные
  - В) моноактивные
5. Автором «жидкостной» теории типологии темперамента является:
- А) Кречмер
  - Б) Гиппократ
  - В) Юнг
6. Типологию темперамента человека на основе преобладающей направленности личности на внешний (экстраверсия) и внутренний (интроверсия) мир предложил:
- А) Юнг
  - Б) Гиппократ
  - В) Кречмер
7. Психометрическая типология темперамента была разработана:
- А) Беркли-Ален
  - Б) Боулдингом
  - В) Деллингер
8. В рамках психометрического подхода к типологии темперамента личности указано, что к характеристикам этого типа относятся такие черты как стремление к лидерству, остроумие, способность управлять группой, быстро принимать решения:
- А) зигзаг
  - Б) квадрат
  - В) треугольник
9. Система знаков, объективное, исторически сложившееся явление духовной жизни общества - это:
- А) знак
  - Б) речь
  - В) язык
10. Наиболее распространенную схему речевого акта предложил:
- А) Выготский
  - Б) Якобсон
  - В) Павлов
11. На какой ступени речевого акта осуществляется процесс включения фразы в контекст разговора:
- А) подготовка и исполнение высказывания
  - Б) восприятие и понимание речевого акта
  - В) обратная связь

12. Аудирование, которое предполагает умение не вмешиваться в речь говорящего своими замечаниями - это:
- А) нерефлексивное аудирование
  - Б) критическое аудирование
  - В) глобальное аудирование
13. Типология слушателей была разработана:
- А) Деллингер
  - Б) Боулдингом
  - В) Беркли-Ален
14. В публичной речи суждения относятся к категории:
- А) психологически средств
  - Б) логических средств
  - В) фактических средств
15. Если ожидаемой реакцией на реплику является какое-либо действие вне рамок диалога, то высказывание относится к категории:
- А) побуждение
  - Б) вопрос
  - В) сообщение
16. Этот философ перевел аргументацию из средства обоснования конкретного вопроса в метод философского мышления:
- А) Деллингер
  - Б) Аристотель
  - В) Макиавелли
17. Вид межличностного служебного общения, предполагающий обмен информацией, взглядами, мнениями:
- А) мозговой штурм
  - Б) деловой разговор
  - В) пресс-конференция
18. Продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений:
- А) интервью
  - Б) деловой разговор
  - В) деловая беседа
19. В структуру коммуникативного этапа деловой беседы НЕ входит:
- А) установление контакта с собеседником
  - Б) оценка собеседников и обстановки
  - В) ведение письменных записей
20. Устное коммуникативное взаимодействие группы людей, в котором сочетаются различные жанры – ораторский монолог, беседа, дискуссия:
- А) деловое совещание
  - Б) деловой разговор
  - В) пресс-конференция
21. Тип совещания, имеющий целью проинформировать коллектив о поисках в решении проблем, о новом опыте и возможности его внедрения, убедить сотрудников в правильности проводимой кадровой/финансовой политики – это:

- А) информационное собрание
  - Б) собрание инструктаж
  - В) учебное собрание
22. По классификации Мицича тип собеседника, который замкнут, часто ощущает себя вне темы и ситуации общения– это:
- А) вздорный
  - Б) незаинтересованный
  - В) неприступный
23. Способ подведения оснований под какую-либо мысль или действие с целью их публичной защиты, побуждения к определенному мнению о них, признания или разъяснения:
- А) аргументация
  - Б) спор
  - В) тезис
24. Одним из эффективных считается метод убеждения, заключающийся в том, что до определенного момента мы соглашаемся с говорящим, для того, чтобы у него пропало желание противоречить, чтобы не резко высказывать свои возражения, а подготовить его к аргументации:
- А) условное согласие
  - Б) эластичная оборона
  - В) да, но...
25. Слово «диспут» происходит от латинского:
- А) аргументирую
  - Б) рассуждаю
  - В) обобщаю
26. Характеристика процесса обсуждения проблемы, способ ее коллективного исследования, при котором каждая из сторон, аргументируя (отстаивая) и опровергая (оппонируя) мнение собеседника (противника), претендует на монопольное установление истины:
- А) спор
  - Б) дискуссия
  - В) аргументация
27. Критика – это:
- А) обсуждение чего-либо с целью оценить достоинства, обнаружить и исправить недостатки
  - Б) обсуждение чего-либо с целью дискредитировать оппонента
  - В) обсуждение чего-либо с целью уничтожить оппозицию
28. К деструктивным целям спора относится:
- А) опровергнуть некомпетентный подход к решению какой-либо проблемы
  - Б) привлечь на свою сторону как можно больше лиц, готовых содействовать в решении какой-либо проблемы
  - В) используя только вам известную информацию, завести спор в тупик
29. Этот исследователь разработал семь подходов к ведению спора, дискуссии:
- А) Андреев
  - Б) Петренко
  - В) Семенов
30. Соотнесите пример ситуации с одним из способов ответа на возражения: «Хотя новая вывеска стоит на 12 500 руб. больше, чем предыдущая, зато она будет служить в два раза

дольше, значит вы дополнительно еще три года будете испытывать удовольствие, используя ее в работе»:

- А) способ продажи отличий
- Б) обращение эмоционального характера
- В) способ сравнения

### ОТВЕТЫ

1. б	16. в
2. в	17. б
3. б	18. в
4. в	19. б
5. б	20. а
6. а	21. б
7. в	22. в
8. в	23. а
9. в	24. в
10. б	25. а
11. б	26. а
12. а	27. а
13. в	28. в
14. б	29. а
15. а	30. в

### 8.5. Вопросы для итоговой аттестации (к зачету)

1. Методологические основы и понятийный аппарат курса «Деловое общение».
2. Исторические предпосылки становления делового общения.
3. Кросс-культурный подход в деловом общении.
4. Типология деловых культур по Льюису.
5. Управленческая этика: духовная культура и нравственные качества руководителя.
6. Стиль руководства как отражение культуры управления.
7. Власть как компонент стиля руководства.
8. Охарактеризуйте различные подходы к лидерству.
9. Типология темперамента человека.
10. Психологические типы личности по Юнгу.
11. Признаки уверенного/неуверенного поведения.

12. Роль эмоций в деловом общении.
13. Речевая коммуникация: понятие, формы и типы.
14. Схема речевого акта по Якобсону.
15. Речевая деятельность и культура речевой деятельности в деловом общении.
16. Говорение как вид речевой деятельности.
17. Аудирование как вид речевой деятельности.
18. Типология слушателей Беркли Ален.
19. Публичная речь в деловом общении.
20. Бизнес-аргументация: техника аргументации и риторические приемы в деловом общении.
21. Спор и дискуссия как вид делового общения: основные понятия, общая характеристика, цели спора.
22. Критика в споре: значение и рекомендации критикующему и критикуемому.
23. Психологические типы собеседников и их значение в деловом общении по Мицичу.
24. Невербальные средства делового общения и их использование в бизнесе.
25. Репрезентативные системы человека.
26. Деловой разговор и деловая беседа в структуре современного делового общения.
27. Деловое совещание в структуре современного делового общения.
28. Технология подготовки и проведения пресс-конференции.
29. Пресс-релиз как форма деловой коммуникации.
30. Основные этапы деловых переговоров.
31. Возможные подходы к деловым переговорам.
32. Причины возникновения конфликтных ситуаций в деловом общении.
33. Деловой телефонный разговор: основные элементы композиции и общие требования.
34. Культура делового общения по телефону в ситуации «инициатор телефонного разговора – вы».
35. Культура делового общения по телефону в ситуации «инициатор телефонного разговора – ваш собеседник».
36. Письменная коммуникация в структуре делового общения: функции деловой переписки и правила делового письменного стиля.
37. Типы деловых писем. Структура делового письма.
38. Классификация деловой корреспонденции.

## **9. Планы практических занятий с рекомендациями для самостоятельной работы студентов**

### **Практическое занятие 1.**

**Тема: Методологические основы и понятийный аппарат курса «Деловое общение»**

Вопросы для обсуждения:

1. Определение основных понятий, изучаемых в рамках курса «Деловое общение».
2. Исторические аспекты становления делового общения.
3. Деловое взаимодействие как основа эффективных коммуникаций.

**Задание:** Изучить произведения Гомера «Иллиада» и «Одиссея» в контексте анализа взаимодействия героев и богов.

### **Практическое занятие 2.**

**Тема: Психологические особенности личности как составляющий элемент делового поведения.**

Вопросы для обсуждения:

1. Классификация абстрактных типов собеседников

2. Техника аргументации, приемы и методы аргументации.

3. Национальные особенности деловой коммуникации.

Доклад: К.Льюис «Особенности делового взаимодействия в разных культурах».

Задание: «Подготовить ответы на возражения в условиях ситуации продажи товара/услуги с использованием приемов аргументации».

### **Практическое занятие 3.**

**Тема: Этика бизнеса и социальная ответственность: управленческая этика**

Вопросы для обсуждения:

1. Типология лидерства.
2. Стили управления.
3. Власть как инструмент управления.

Задание: «Диагностировать стиль управления в рамках конкретной практической ситуации».

### **Практическое занятие 4.**

**Тема: Речевая коммуникация: понятие, формы и типы.**

Вопросы для обсуждения:

1. Характеристика основных терминов в рамках темы.
2. Говорение как вид речевой деятельности.
3. Аудирование как вид речевой деятельности.
4. Особенности публичной речи в деловом общении.

Доклад: «Культура делового взаимодействия: правила этикета».

### **Практическое занятие 5.**

**Тема: Невербальные аспекты делового общения.**

Вопросы для обсуждения:

1. Научные направления, изучающие невербальные аспекты делового взаимодействия.
2. Классификация невербальных средств.
3. Репрезентативные системы.

Задание: «Охарактеризовать специфику невербального поведения популярной личности».

### **Практическое занятие 6.**

**Тема: Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия.**

Вопросы для обсуждения:

1. Типология деловой беседы.
2. Характеристика этапов подготовки и проведения деловой беседы.
3. Типология деловых совещаний.

Доклад: «Особенности подготовки и проведения делового совещания с задачей «инструктаж».

Домашнее задание: «Проанализировать деловую беседу (дискуссию) в соответствии с планом анализа»

### **Практическое занятие 7.**

**Тема: Технология подготовки и проведения пресс-конференции.**

Вопросы для обсуждения:

1. Место брифингов в деловом взаимодействии.
2. Роль модератора в проведении пресс-конференции.
3. Пресс-релиз как структурный элемент пресс-конференции.

Сообщение: «Характеристика типов пресс-релизов».

Задание: «Написать пресс-релиз для пресс-конференции, проводимой по поводу утечки химических отходов производства в городскую парковую зону»

### **Практическое занятие 8.**

**Тема: Деловые переговоры: подготовка и проведение**

Вопросы для обсуждения:

- 1.Классификация деловых переговоров.
- 2.Стадии подготовки и проведения деловых переговоров.
3. Подходы к ведению деловых переговоров.

Сообщение: «Характеристика особенностей партнерского подхода к ведению переговоров

### **Практическое занятие 9.**

**Тема: Деловой телефонный разговор**

Вопросы для обсуждения:

- 1.Особенности дистантной коммуникации.
- 2.Структура делового телефонного разговора.
- 3.Правила поведения в ситуации «инициатор телефонного разговора вы» и «инициатор телефонного разговора ваш собеседник».

Практическое задание: «Выявление ошибок в примерах телефонных разговоров».

### **Практическое занятие 10.**

**Тема: Письменная форма коммуникации: деловая переписка**

Вопросы для обсуждения:

- 1.Классификация деловой корреспонденции.
- 2.Структура делового письма.
- 3.Рекламный текст как вид письменной коммуникации.

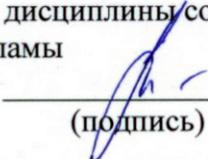
Задание: «Составить рекламное письмо с предложением подключения к новому интернет-провайдеру».

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 031600.62 Реклама и связи с общественностью.

Рабочую программу учебной дисциплины составила:

к.и.н, доцентом кафедры рекламы

и связей с общественностью

  
(подпись)

Н.Б. Галашова

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью, протокол № 1 от «30» августа 2011 г.

Зав. кафедрой:

к.м.н.

  
(подпись)

Т.А. Булатова

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена методической комиссией факультета психологии, связей с общественностью, рекламы, протокол № 5 от 31 августа 20 11 г.

Председатель методической комиссии:

к.п.с.н., доцент кафедры

психолого-педагогического образования

  
(подпись)

Н.А. Буравлева