Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 26.09.2023 13:03:22
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
химической технологии и биотехнологии
_____ / С.В. Белуков /
« 30 » августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы деловой коммуникации»

Направление подготовки

18.05.01 "Химическая технология энергонасыщенных материалов и изделий"

Образовательная программа:
«Автоматизированное производство химических предприятий»

Квалификация (степень) выпускника
Специалист

Форма обучения
Очная

Москва 2019 г.

1. Цели освоения дисциплины.

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы деловой коммуникации» следует отнести:

- изучение теоретических и практических навыков деловой коммуникации и ведения переговоров.
- формирование знаний и умений основ делового общения, принципов и методов организации деловых коммуникаций, умение применять теоретические положения в практике управления персоналом организации;
- освоение компетенций, необходимых в профессиональной деятельности;
- подготовка обучающихся к деятельности в соответствии с квалификационной характеристикой специалиста по направлению «Химическая технология энергонасыщенных материалов и изделий», в том числе формирование умений и навыков ведения переговоров.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы деловой коммуникации» следует отнести:

- изучение основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций в организациях;
- изучение основы возникновения, профилактики и разрешения трудовых споров и конфликтов в коллективе, основы диагностики и управления конфликтами и стрессами в организациях;
- развитие навыков публичного выступления, переговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций;
- развитие навыков навыками разрешения трудовых споров и конфликтов в коллективе, навыками диагностики и управления конфликтами и стрессами в организациях.

2. Место дисциплины в структуре ООП специалитета.

Дисциплина «Основы деловой коммуникации» относится к числу дисциплин блока Б1 и входит в образовательную программу подготовки специалитета по направлению 18.05.01 "Химическая технология энергонасыщенных материалов и изделий".

Дисциплина «Основы деловой коммуникации» взаимосвязана логически и содержательно-методически с другими дисциплинами учебного плана, формирующими общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции будущих специалистов по направлению 18.05.01 "Химическая технология энергонасыщенных материалов и изделий"»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	**Знать:** - экономические показатели деятельности организации и показатели эффективности деловых коммуникаций; **Уметь:** - разрабатывать и экономически обосновывать мероприятия по улучшению экономических показателей

		деятельности организации и показателей эффективности деловых коммуникаций; **Владеть:** - навыками анализа экономических показателей деятельности организации и показателей по труду, а также навыками деловых коммуникаций.

4. Структура и содержание дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины в **очной форме** составляет 2 зачетных единицы, т.е. 72 академических часа, которые включают аудиторную работу (семинары и практические занятия), а также самостоятельную работу студентов. Форма контроля – зачет.

Структура и содержание дисциплины «Основы деловой коммуникации» по срокам и видам работы отражены в Приложении 3.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. *Методологические основы и понятийный аппарат курса (ОПК-4,)*

Понятия: «этика», «мораль», «общение», «деловая коммуникация», «этика деловой коммуникации». Предмет – психологическая и нравственная стороны деятельности и общения людей; психические процессы, свойства и состояния разного рода рабочих, деловых групп. Цели: формирование 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. Задачи: 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. *Основные принципы этики и характер деловой коммуникации. (ОПК-4,)*

Теоретические предпосылки становления этики деловой коммуникации. Этика деловой коммуникации в истории философской мысли. Этика в учении Конфуция, Сократа, Платона, Аристотеля. Закон «взаимопомощи» в первобытном обществе, самопожертвование. Принцип справедливости «Десять заповедей». «Золотое правило» общения и нравственности. Оттенки этических норм (национальные, религиозные, классовые, социальных прослоек, профессиональные). Правила общения (правила Грайса): количества, качества, релевантности, стиля. Этика деловой коммуникации «сверху-вниз». Нравственные эталоны и образцы поведения руководителя. Основные принципы этики деловой коммуникации «снизу-вверх», «по горизонтали». Деловая этика и ее специфика (предпринимательство – соревнование интеллектов, допускающее умолчание, хитрости, неожиданные ходы). Обязательность, ответственность и компетентность – главные составляющие деловой этики.

Тема 3. *Этика и развитие деловой культуры управления персоналом в организации (ОПК-4,)*

Условия выработки и применения этических принципов в России. Роль автаркической власти и религии. Периоды укрепления и ослабления этических норм. «Золотой век» – XIX-ый.

Развитие благотворительности и меценатства – российского предпринимательства. Эволюция типов деловых людей и формы самоорганизации делового сообщества. Проблемы межличностного общения в трудах российских ученых. Современное состояние российской деловой культуры. Общие черты современного российского предпринимательства. Современные взгляды на место этики в деловом общении: возможное противоречие между этикой и бизнесом. Индивидуалистические перекосы. Социальные типы российских предпринимателей. Болевые точки этического развития российского предпринимательства. Снижение планки правового регулирования. Эрозия основных этических норм. Расширение зоны нерегулируемых отношений. Задачи возрождения нравственности и этики в области бизнеса и рекламного дела. Кодекс предпринимательской этики. Основы деловой этики. Деловая этика в рекламе.

Тема 4. *Многомерность личности делового партнера***.** *(ОПК-4,)*

Понятия: «бессознательные психические процессы», «психологическая защита», «экстраверсия», «интраверсия». Структура психики делового партнера. Ошибочные действия в деловом общении. Психологическая защита в деловом общении: защитные механизмы. Экстраверсия и интроверсия в деловом общении. Типологии личности: теория темпераментов Гиппократа, типология Юнга, типология Майерс-Бриггс (MBTI), соционика. Психические функции деловых партнеров в деловом общении. Коллективное бессознательное в деловом общении. Архетип совести в деловом общении.

Тема 5. *Речевая коммуникация: понятие, формы и типы. (ОПК-4,)*

Понятия: «коммуникация», «язык», «речь», «мышление», «речевая деятельность». Виды речевой деятельности. Деловое общение как речевая коммуникация. Модель речевой коммуникации. Типы речевой коммуникации и их характеристика. Функционально-смысловые типы речи. Функциональные стили речи. Речевая норма и культура речи. Словарный запас делового человека. Классические правила ведения диалога. Фольклорные правила речевого этикета. 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 6. *Невербальные аспекты деловой коммуникации в организациях. (ОПК-4,)*

Имидж делового человека. Классификация невербальных средств общения. Кинесика – мимика, взгляд, поза, жесты, походка. Просодические и экстралингвистические средства: интонационный строй речи, сила, громкость, тембр голоса, скорость речи, паузы. Адекватное использование личностью такесических средств общения. Дистанция между собеседниками. «Зоны общения».

Тема 7*. Деловое общение по телефону (ОПК-4,)*

Особенности деловой коммуникации с использованием электронных средств коммуникации. Методы передачи сообщений: факсимильные, кодовые. Функциональная и экономическая эффективность использования электронной почты. Преимущества и недостатки использования телефакса и факс-модема. Электронная коммерция и деловая коммуникация. Средства коллективной работы в компьютерных сетях. Мобильные средства связи: и деловая коммуникация. Основные правила деловой коммуникации по телефону, его стиль и структура. Разработка плана беседы.

Тема 8. *Письменная форма коммуникации и деловая переписка в организациях*. *(ОПК-4,)*

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

Тема 9. *Конфликтные ситуации в деловом общении и пути их разрешения*. *(ОПК-4,))*

Понятие конфликта. Классификация конфликтов в бизнесе: внутриличностные, межличностные, между личностью и организацией; горизонтальные, вертикальные, смешанные и др. Причины возникновения конфликта в деловых отношениях. Психологическая несовместимость как причина конфликта. Структура конфликта. Основные стили. Поведения в конфликтной ситуации (конкуренции или соперничества, сотрудничества, компромисса, приспособления, игнорирования или уклонения). Правила поведения в условиях делового конфликта. Приемы смягчения и предотвращения конфликтных ситуаций в процессе деловой коммуникации. Особенности конфликтов с потребителями и заказчиками рекламной продукции.

Тема 10. *Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия*. *(ОПК-4,)*

Деловые коммуникации в бизнесе и в организациях. Виды деловых бесед: Цели, задачи и структура деловой беседы. Типы вопросов (закрытые, открытые, контрольные, зеркальные и др.) и их классификация (по характеру, функциям, содержанию). Ведение деловых бесед. Типы собеседников в деловой коммуникации. 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 11. *Деловые переговоры: подготовка и проведение*. *(ОПК-4,)*

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 асимметричные 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 12. *Психологические аспекты деловой коммуникации при переговорах*. *(ОПК-4,)*

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: противо-

речия, «извлечения выводов», сравнения, «да-но», «бумеранга», видимой поддержки и т.д.; спекулятивные методы: преувеличения, анекдота, ссылки на авторитет, аппеляции, 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 деловой коммуникации. 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 ориентаций, особенностей восприятия и мышления; особенностях поведения и характерных тактических приемов.

Тема 13.*Особенности деловой коммуникации на выставках и ярмарках. (ОПК-4,)*

Деловая коммуникация на выставках и ярмарках. Подготовка тематического и экспозиционного плана и рекламных материалов устроителями выставки. Организация встреч со специалистами и проведение тематических семинаров и презентаций. Правила ведения записи посетителей стенда. Особенности заключения контрактов на ярмарках и выставках.

Тема 14. *Деловая коммуникация и имидж организации. (ОПК-4,)*

Основные составляющие имиджа фирмы и ее сотрудников. Деловая коммуникация, деловая культура и имидж фирмы. Культура поведения сотрудников, традиции и этика деловой коммуникации, служебно-административный кодекс фирмы. Фирменная реклама. «Видение фирмы» - эстетический, этический и психологический комфорт фирмы. Требования к сотрудникам и социальная ответственность перед ними. Общественная и благотворительная деятельность фирмы. Фандрайзинг.

5. Образовательные технологии.

Методика преподавания дисциплины «Основы деловой коммуникации» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

- конспектирование лекций;
- разработка тематических проектов в виде визуализированных средств представления учебной информации;
– подготовка, представление и обсуждение презентаций на семинарских занятиях;
– организация и проведение текущего контроля знаний студентов в форме бланкового тестирования;

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определен главной целью образовательной программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины «Основы деловой коммуникации» и в целом по дисциплине составляет 50% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 33% от объема аудиторных занятий для очной формы .

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

- подготовка и выступление на семинарском занятии с презентацией и ее обсуждением на одну из тем;
- подготовка и выступление на семинарском занятии с докладом на одну из тем и его обсуждение;

- написание контрольной работы в виде бланкового тестирования;
- проведение устного опроса (собеседования);
- решение кейс-задачи;
- сдача зачета.

Образцы тестовых заданий для контрольной работы, тем для выполнения докладов и презентаций, контрольных вопросов и заданий для проведения текущего контроля, вопросы к зачету, приведены в приложении.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

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

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующая компетенция:

Код компетенция	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
ОПК-4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения учащимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания.

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

ОПК-4 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности				
	Критерии оценивания			
	2	**3**	**4**	**5**
Знать: - экономические показатели деятельности организации и показатели эффективности деловых коммуникаций;	Учащийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: экономические показатели деятельности организации и показатели эффективности деловых коммуникаций;	Учащийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: экономические показатели деятельности организации и показатели эффективности деловых коммуникаций**.** Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний.	Учащийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: экономические показатели деятельности организации и показатели эффективности деловых коммуникаций	Учащийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: экономические показатели деятельности организации и показатели эффективности деловых коммуникаций.

Уметь: - разрабатывать и экономически обосновывать мероприятия по улучшению экономических показателей деятельности организации и показателей эффективности деловых коммуникаций;	Учащийся не умеет или в недостаточной степени умеет разрабатывать и экономически обосновывать мероприятия по улучшению экономических показателей деятельности организации и показателей эффективности деловых коммуникаций	Учащийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: разрабатывать и экономически обосновывать мероприятия по улучшению экономических показателей деятельности организации и показателей эффективности деловых коммуникаций. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Учащийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: разрабатывать и экономически обосновывать мероприятия по улучшению экономических показателей деятельности организации и показателей эффективности деловых коммуникаций. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Учащийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: разрабатывать и экономически обосновывать мероприятия по улучшению экономических показателей деятельности организации и показателей эффективности деловых коммуникаций Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
Владеть: - навыками анализа экономических показателей деятельности организации и показателей по труду, а также навыками деловых коммуникаций.	Учащийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками анализа экономических показателей деятельности организации и показателей по труду, а также навыками деловых коммуникаций.	Учащийся владеет навыками анализа экономических показателей деятельности организации и показателей по труду, а также навыками деловых коммуникаций.. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Учащийся частично навыками анализа экономических показателей деятельности организации и показателей по труду, а также навыками деловых коммуникаций., но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Учащийся в полном объеме владеет навыками анализа экономических показателей деятельности организации и показателей по труду, а также навыками деловых коммуникаций., свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Основы деловой коммуника-

ции» (прошли промежуточный контроль, выполнили и выступили с докладами и презентациями и т.д.).

Шкала оценивания	Описание
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Фонд оценочных средств представлен в приложении 1 к рабочей программе.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

а) Основная литература

1. Емельянова, Е.А. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.А. Емельянова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - Томск : Эль Контент, 2014. - 122 с. : табл., ил. - Библиогр.: с. 100-103. - ISBN 978-5-4332-0185-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463(22.07.2019).

2. Мандель, Б.Р. Деловая культура: учебное пособие для обучающихся в системе среднего профессионального образования / Б.Р. Мандель. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 390 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-8177-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496625 (22.07.2019).

б) Дополнительная литература

1. Оберемченко, Е.Ю. Деловая корреспонденция (на немецком языке): учебное пособие по дисциплине «Устный перевод второго иностранного языка» / Е.Ю. Оберемченко ; Министерство науки и высшего образования РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. - 182 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2884-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561199 (22.07.2019).

2. Ильченко, С.В. Деловые и научные коммуникации : учебное пособие / С.В. Ильченко, Е.Я. Кивит, А.Б. Оришев ; Институт бизнеса и дизайна. - Москва : ООО “Сам Полиграфист”, 2014. - 146 с. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488283 (22.07.2019).

в) программное обеспечение и интернет - ресурсы:

Используемое программное обеспечение:

Наименование ПО	№ договора

Операционная система, Windows 7 (или ниже) - Microsoft Open License	Лицензия № 61984214, 61984216,61984217, 61984219, 61984213, 61984218, 61984215
Офисные приложения, Microsoft Office 2013(или ниже) - Microsoft Open License	Лицензия № 61984042

Интернет-ресурсы:

Каждый студент обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронным библиотекам университета (elib.mgup; lib.mami.ru/lib/content/elektronyy-katalog),к электронным каталогам вузовских библиотек и крупнейших библиотек Москвы (http://window.edu.ru), к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам).

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Аудитории, оснащенные учебной мебелью и переносным (стационарным) мультимедийным комплексом (проектор, ноутбук (компьютер)).

9. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа является одним из видов учебных занятий. Цель самостоятельной работы – практическое усвоение студентами вопросов, рассматриваемых в процессе изучения дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия

Задачи самостоятельной работы студента:

- развитие навыков самостоятельной учебной работы;
- освоение содержания дисциплины;
- углубление содержания и осознание основных понятий дисциплины;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для эффективной подготовки к зачету.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины;
- подготовка к лекционным занятиям;
- подготовка к практическим занятиям;
- составление и оформление докладов и презентаций по отдельным темам;

Для выполнения любого вида самостоятельной работы необходимо пройти следующие этапы:

- определение цели самостоятельной работы;
- конкретизация познавательной задачи;
- самооценка готовности к самостоятельной работе;
- выбор адекватного способа действия, ведущего к решению задачи;
- планирование работы (самостоятельной или с помощью преподавателя) над заданием;
- осуществление в процессе выполнения самостоятельной работы самоконтроля (промежуточного и конечного) результатов работы и корректировка выполнения работы.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом во время проведения лекции.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

При чтении лекций по дисциплине преподаватель использует электронные мультимедийные презентации.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к промежуточной аттестации.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре.

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические рекомендации на составление и выступление с докладом

Доклад, как вид самостоятельной работы в учебном процессе, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить.

При написании доклада по заданной теме студенту необходимо составляет план, подобрать основные источники. Как правильно, при разработке доклада используется не менее 8-10 различных источников. В процессе работы с источниками систематизировать полученные сведения, сделать выводы и обобщения.

Общая тематика докладов определяется преподавателем, но в определении конкретной темы инициативу должен проявить студент. Прежде чем выбрать тему доклада, автору необходимо выявить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы поработать, более глубоко ее изучить.

Каждый доклад должен начинаться с введения. Введение - это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе показать актуальность темы, раскрыть ее практическую значимость.

В основной части доклада раскрывается его содержание. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов.

В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показываются позиции автора. В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного эксперимента или фрагмента.

В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д. В заключении подводятся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам.

При подготовке устного выступления нужно учитывать его регламент - не более 10 минут.

Методические рекомендации для подготовки презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов – то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы). Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов адекватно содержанию и продолжительности выступления (например, для 5минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки:

1 стратегия: на слайды выносится опорный конспект выступления и ключевые слова с тем, чтобы пользоваться ими как планом для выступления.

В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

–объем текста на слайде – не больше 7 строк;

–маркированный/нумерованный список содержит не более 7 элементов;

–отсутствуют знаки пунктуации в конце строк в маркированных и нумерованных списках;

–значимая информация выделяется с помощью цвета, кегля, эффектов анимации. Особо внимательно необходимо проверить текст на отсутствие ошибок и опечаток. Основная ошибка при выборе данной стратегии состоит в том, что выступающие заменяют свою речь чтением текста со слайдов.

2 стратегия: на слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления.

В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования:

–выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию;

–использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением (как правило, никто из присутствующих не заинтересован вчитываться в текст на ваших слайдах и всматриваться в мелкие иллюстрации).

Максимальное количество графической информации на одном слайде –2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.

Основная ошибка при выборе данной стратегии – «соревнование» со своим иллюстративным материалов (аудитории не предоставляется достаточно времени, чтобы воспринять материал на слайдах). Обычный слайд, без эффектов анимации должен демонстрироваться на экране не менее 10 -15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеет осознать содержание слайда. Если какая-то картинка появилась на 5 секунд, а потом тут же сменилась другой, то аудитория будет считать, что докладчик ее подгоняет. Обратного (позитивного) эффекта можно достигнуть, если докладчик пролистывает множество слайдов со сложными таблицами и диаграммами, говоря при этом «Вот тут приведен разного рода вспомогательный материал, но я его хочу пропустить, чтобы не перегружать выступление подробностями». Правда, такой прием делать в начале и в конце презентации –рискованно, оптимальный вариант –в середине выступления. Если на слайде приводится сложная диаграмма, ее необходимо предварить вводными словами (например, «На этой диаграмме приводится то-то и то-то, зеленым отмечены показатели А, синим –показатели Б»), с тем, что-бы дать время аудитории на ее рассмотрение, а только затем приступать к ее обсуждению. Каждый слайд, в среднем должен находиться на экране не меньше 40 –60 секунд (без учета времени на случайно возникшее обсуждение). В связи с этим лучше настроить презентацию не на автоматический показ, а на смену слайдов самим докладчиком.

Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Подумайте, не отвлекайте ли вы слушателей своей же презентацией? Яркие краски, сложные цветные построения, излишняя анимация, выпрыгивающий текст или иллюстрация — не самое лучшее дополнение к научному докладу. Также нежелательны звуковые эффекты в ходе демонстрации презентации.

Наилучшими являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст; темно-синий фон – светло-желтый текст и т. д.). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Рекомендуется не злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже).

Неконтрастные слайды будут смотреться тусклыми и невыразительными, особенно в светлых аудиториях. Для лучшей ориентации в презентации по ходу выступления лучше пронумеровать слайды. Желательно, чтобы на слайдах оставались поля, не менее 1 см с каждой стороны. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями). Использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы). Для акцентирования внимания на какой-то конкретной информации слайда можно воспользоваться лазерной указкой. Диаграммы готовятся с использованием мастера диаграмм табличного процессора MSExcel. Для ввода числовых данных используется числовой формат с разделителем групп разрядов. Если данные (подписи данных) являются дробными числами, то число отображаемых десятичных знаков должно быть одинаково для всей группы этих данных (всего ряда подписей данных). Данные и подписи не должны накладываться друг на друга и сливаться с графическими элементами диаграммы. Структурные диаграммы готовятся при помощи стандартных средств рисования пакета MSOffice. Если при форматировании слайда есть необходимость пропорционально уменьшить размер диаграммы, то размер шрифтов реквизитов должен быть увеличен с таким расчетом, чтобы реальное отображение объектов диаграммы соответствовало значениям, указанным в таблице. Ячейки с названиями строк и столбцов и наиболее значимые данные рекомендуется выделять цветом.

Табличная информация вставляется в материалы как таблица текстового процессора MSWord или табличного процессора MSExcel. При вставке таблицы как объекта и пропорциональном изменении ее размера реальный отображаемый размер шрифта должен быть не менее 18 pt . Таблицы и диаграммы размещаются на светлом или белом фоне. Если Вы предпочитаете воспользоваться помощью оператора (что тоже возможно), а не листать слайды самостоятельно,

очень полезно предусмотреть ссылки на слайды в тексте доклада ("Следующий слайд, пожалуйста...").

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

Для показа файл презентации необходимо сохранить в формате «Демонстрация PowerPoint» (Файл — Сохранить как — Тип файла —Демонстрация PowerPoint). В этом случае презентация автоматически открывается в режиме полноэкранного показа (slideshow) и слушатели избавлены как от вида рабочего окна программы PowerPoint, так и от потерь времени в начале показа презентации.

После подготовки презентации полезно проконтролировать себя вопросами:

– удалось ли достичь конечной цели презентации (что удалось определить, объяснить, предложить или продемонстрировать с помощью нее?);

– к каким особенностям объекта презентации удалось привлечь внимание аудитории?

– не отвлекает ли созданная презентация от устного выступления?

После подготовки презентации необходима репетиция выступления.

Методические рекомендации для подготовки к контрольной работе

Контрольная работа является одной из составляющих учебной деятельности студента.

Целью контрольной работы является определения качества усвоения учебного материала.

Задачи, стоящие перед студентом при подготовке и написании контрольной работы:

1. закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2. выработка навыков самостоятельной работы;
3. выяснение подготовленности студента к будущей практической работе.

Контрольные выполняются студентами в аудитории, под наблюдением преподавателя. Тема контрольной работы известна и проводится она по сравнительно недавно изученному материалу.

Преподаватель готовит задания либо по вариантам, либо индивидуально для каждого студента. По содержанию работа может включать теоретический материал, задачи, тесты, расчеты и т.п. выполнению контрольной работы предшествует инструктаж преподавателя.

Ключевым требованием при подготовке контрольной работы выступает творческий подход, умение обрабатывать и анализировать информацию, делать самостоятельные выводы, обосновывать целесообразность и эффективность предлагаемых рекомендаций и решений проблем, чётко и логично излагать свои мысли. Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения конспектов лекций, соответствующего раздела учебника и учебных пособий по данной теме.

Методические указания для обучающихся по участию в решении case задач ситуационного практикума.

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

-заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

-получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

-получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

-участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

-участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические рекомендации студентам для подготовки к зачету

Подготовка студентов к зачету включает три стадии:

- самостоятельная работа в течение учебного года (семестра);
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету;
-подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билете.

Подготовку к зачету необходимо целесообразно начать с планирования и подбора нормативно-правовых источников и литературы. Прежде всего следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к зачету, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на зачет. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как. в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти.

Предложенная методика непосредственной подготовки к зачету может быть и изменена. Так, для студентов, которые считают, что они усвоили программный материал в полном объеме и уверены в прочности своих знаний, достаточно беглого повторения учебного материала. Основное время они могут уделить углубленному изучению отдельных, наиболее сложных, дискуссионных проблем.

Литература для подготовки к зачету обычно рекомендуется преподавателем. Она также указана в учебной программе дисциплины.

Однозначно сказать, каким именно учебником нужно пользоваться для подготовки к зачету, нельзя, потому что учебники пишутся разными авторами, представляющими свою, иногда отличную от других, точку зрения по различным научным проблемам. Поэтому для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников (учебных пособий). Студент сам вправе придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от позиции преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации. Наиболее оптимальны для подготовки к зачету учебники и учебные пособия, рекомендованные Министерством образования и науки.

Основным источником подготовки к зачету является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал.

Следует точно запоминать термины и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их сущность и отличить эти понятия от других.

В ходе подготовки к зачету студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания категорий и реальных юридических проблем. А это достигается не простым заучиванием, а усвоением прочных, систематизированных знаний, аналитическим мышлением. Следовательно, непосредственная подготовка к зачету должна в разумных пропорциях сочетать и запоминание, и понимание программного материала.

В этот период полезным может быть общение студентов с преподавателями по дисциплине на консультациях.

10. Методические рекомендации для преподавателя

Дисциплина «Основы деловой коммуникации» занимает важное место среди курсов, читаемых в рамках подготовки специалистов по управлению персоналом.

На лекциях студент должен освоить основные теоретические аспекты тем, а на практических занятиях показать не только знание общих теоретических вопросов изучаемой темы, но и практику их применения.

Поэтому в процессе подготовки к семинарскому занятию желательно ознакомиться не только с материалом основной литературы, но и обратить внимание на литературу, рекомендуемую дополнительно, а также самостоятельно подобрать материал из профессиональных журналов, издаваемых по разным аспектам менеджмента.

Так как качество освоения курса зависит, прежде всего, от того, насколько точно и полно студент владеет его понятийным аппаратом, то при подготовке к занятиям рекомендуется посмотреть глоссарий, содержащий анализ основных терминов изучаемой дисциплины, материал лекции по изучаемой теме и, конечно, ответить на вопросы теста, позволяющего проконтролировать уровень освоения, как теоретического материала проблемы, так и ее основного понятийного аппарата.

Современные технологии обучения большое внимание уделяют формированию умения студента самостоятельно работать с информацией, четко формулировать собственные мысли, аргументировать свою позицию, что является основой становления профессионализма молодого сотрудника. Один из важных способов достижения этой цели – анализ альтернативных точек зрения. Предлагаемая в рабочей программе литература позволяет выявить специфику подходов к той или иной проблеме, поэтому при подготовке к занятию необходимо посмотреть по конкретному вопросу материал нескольких рекомендуемых учебников, а не ограничиваться одним учебником.

Наиболее полно продемонстрировать умение работать с литературой студент должен в докладе, который, как раз и предполагает сравнительный анализ имеющихся в теории вопроса точек зрения. Предлагаемая тематика докладов и презентаций позволяет каждому студенту выбрать для изучения такой вопрос курса, который будет именно данному студенту интересен и полезен. Материалы представленного доклада и презентации может стать частью будущей выпускной квалификационной работы студента. Такой подход позволит студенту сформировать целостный взгляд на проблемы управления и послужит основанием для формирования комплексного подхода к решению практических задач управления.

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки специалистов 18.05.01."Химическая технология энергонасыщенных материалов и изделий"

Программу составили:
к.э.н., доцент / Л.М. Фомичёва /

Программа утверждена на заседании кафедры «Управление персоналом» «26» августа 2019 г., протокол № 1.

Заведующий кафедрой
д.э.н., профессор /М.М. Крекова/

Приложение 1
к рабочей программе

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 18.05.01. "Химическая технология энергонасыщенных материалов и изделий"

ОП: «Автоматизированное производство химических предприятий»

Форма обучения: очная

Вид профессиональной деятельности: согласно ФГОС ВО

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Основы деловой коммуникации

Состав: 1. Паспорт фонда оценочных средств

2. Описание оценочных средств:

- *темы для докладов презентаций;*
- *примерные вопросы для контрольной работы в формате бланкового тестирования;*
- *вопросы по темам дисциплины;*
- *кейс-задачи*
- *деловые игры*
- *вопросы для подготовки к зачету*

Москва, 2019 год

Таблица 1

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Основы деловой коммуникации					
ФГОС ВО 18.05.01. "Химическая технология энергонасыщенных материалов и изделий"					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие **компетенции**:					
КОМПЕТЕНЦИИ		**Перечень компонентов**	**Технология формирования компетенций**	**Форма оценочного средства****	**Степени уровней освоения компетенций**
ИНДЕКС	**ФОРМУЛИРОВКА**				
ОПК-4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	**Знать:** - экономические показатели деятельности организации и показатели эффективности деловых коммуникаций; **Уметь:** - разрабатывать и экономически обосновывать мероприятия по улучшению экономических показателей деятельности организации и показателей эффективности деловых коммуникаций; **Владеть:** - навыками анализа экономических показателей деятельности организации и показателей по труду, а также навыками деловых коммуникаций.	лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия	УО, Т, зачет ДС, ДС, К-З, К-З, ДИ	**Пороговый уровень** Учащийся имеет общее представление об использовании основ экономических знаний в организации.
	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	**знать:** основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций на русском и иностранном языках; **уметь:** применять различные способы делового общения (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации) на русском и иностранном языках; **владеть:** навыками публичного выступления, пе-	лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия	УО, Т, зачет ДС, ДС, К-З, К-З,	**Пороговый уровень** Учащийся имеет общее представление об основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций, умеет применять различные способы делового общения (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации), допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей.

		реговоров, проведения совещаний, деловой переписки, электронных коммуникаций на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и меж-культурного взаимодействия		ДИ	

**- Сокращения форм оценочных средств см. в приложении 2 к РП.

Перечень тем для подготовки доклада

Доклад и презентация, направлен на оценку уровня освоения знаний и умений, полученных в рамках профессиональных компетенции ОПК-4, .

Каждый студент должен выполнить в течении семестра 2 доклада. Один для проверки компетенции ОПК-4, второй - .

Критерии оценки доклада

При определении оценки указанные условия должны выполняться полностью. Условие, выполняемое частично, считается невыполненным.

Оценка «отлично» при выполнении следующих условий:

1. В раскрыты следующие вопросы:
- суть рассматриваемого аспекта и причину его рассмотрения,
- описание существующих для данного аспекта проблем и предлагаемые пути их решения
2. Соблюдение регламента при представлении доклада
3. Представление, а не чтение материала
4. Использование актуальных нормативных, монографических и периодических источников литературы
5. Четкость дикции
6. Правильность и своевременность ответов на вопросы

Оценка «хорошо» при выполнении следующих условий: невыполнение любых двух из указанных условий.

Оценка «удовлетворительно» при выполнении следующих условий: невыполнение любых трех из указанных условий.

Оценка «неудовлетворительно»: невыполнение любых четырех из указанных условий

Критерии оценки презентации

	3 балла	**4 балла**	**5 балла**
Общая информация	Информация изложена частично. В работе использован только один ресурс.	Достаточно точная информация. В работе использовано более одного ресурса.	Представленная информация кратка и ясна, полностью соответствует теме работы. В работе использовано более одного ресурса.
Степень раскрытия проблемы	Тема раскрыта не полностью. Процесс решения проблемы неполный.	Тема раскрыта практически полностью. Процесс решения завершен.	Тема раскрыта максимально полно. Процесс решения завершен.
Оформление	Презентация технически выполнена верно (легко читаемый текст, приемлемое сочетание цвета текста и фона). Слайды просты в понимании.	Презентация технически выполнена верно (легко читаемый текст, приемлемое сочетание цвета текста и фона). Использованы некоторые эффекты и фоны. Слайды просты в понимании.	Презентация технически выполнена верно (легко читаемый текст, приемлемое сочетание цвета текста и фона). Использованы эффекты, фоны, графики и звуки, акцентирующие внимание на изложенной информации. Слайды просты в понимании.
Изложение материала	Презентационные слайды не содержат схематичных (рисуночных) изображений и перегружены текстом, представляющим собой целые предложения	Презентационные слайды содержат схематичные (рисуночные) изображений но перегружена пояснительным текстом.	Презентационные слайды содержат только схематичные (рисуночные) изображения. Текст минимален. Все комментарии даются студентом при защите

11. Искусство полемики. (ОПК-4)
12. Переговорный процесс: этапы, технологии, методы. (ОПК-4)
13. Деловой конфликт и методы его разрешения. (ОПК-4)
14. Общение и конфликты (ОПК-4)
15. Влияние успешного имиджа на эффективность делового общения. ()
16. Этика и этикет делового общения. (ОПК-4)
17. Современное деловое совещание. (ОПК-4)
18. Письменная коммуникация в процессе делового общения. ()
19. Деловые беседы в структуре современной коммуникации. ()
20. Деловая риторика (ОПК-4)
21. Вербальные и невербальные аспекты публичной речи. (ОПК-4)
22. Подготовка и проведение публичного делового выступления. ()
23. Атрибуты делового общения. (ОПК-4)
24. Особенности деловой этики и делового этикета в зарубежных странах. ()
25. Имидж деловой женщины. ()
26. Специфические особенности ведения переговоров с конфликтным оппонентом. (ОПК-4)
27. Влияние конфликтов на социальное окружение. (ОПК-4)
28. Система управления конфликтами в организации. (ОПК-4)
29. "Кодекс деловой этики".(ОПК-4)
30. Вербальные стимулы эскалации конфликта (ОПК-4)
31. Невербальные стимулы эскалации конфликта (ОПК-4)
32. Техника и тактика постановки вопросов в деловой беседе. ()
33. Культура речи предпринимателя. ()
34. Речевой этикет как необходимый элемент делового общения. ()
35. Деловой протокол и этикет. (ОПК-4)
36. Значение слушания в деловом общении. ()
37. Этика и современная реклама в управлении персоналом организации. (ОПК-4)
38. Деловые письма. Культура их составления.
39. Язык мимики и жестов. (ОПК-4)
40. Барьеры общения и их преодоление. ()
41. Конформизм: за и против. (ОПК-4)
42. Модели политической психологии: федеральный и региональный аспекты. (ОПК-4)
43. Психология, общение и труд. ОПК-4)
44. Профессиональная психология. (ОПК-4)
45. Стериотипизация в деловом общении. (ОПК-4)
46. Речевая медиация в разрешении конфликтов (ОПК-4)
47. Конфликтная ситуация и конфликтное поведение. (ОПК-4)
48. Национальные особенности делового общения. ()

Фонд вопросов для контрольной работы
в формате бланкового тестирования

Контрольная работа в формате бланкового тестирования направление на оценку уровня освоенности знаний по дисциплине «Основы деловой коммуникации», получаемых в ходе освоения компетенций , ОК- 3 и ОПК-4.

Каждому студенту предлагается комплект тестовых заданий из 20 вопросов (по 10 для проверки каждой из компетенций). Критерии оценки используются следующие:

«отлично» - 20-18 правильных ответов

«хорошо» - 17-15 правильных ответов

«удовлетворительно» 14-10 правильных ответов

«не удовлетворительно» менее 10 правильных ответов

Для проверки ОПК-4 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности используется следующий набор вопросов:

1. Деловое общение основывается на знаниях:

2. социологии;
3. психологии;
4. менеджмента;
5. логики;
6. *всех выше перечисленных дисциплин.*

2. К вербальным средствам общения относятся:

1. устная речь;
2. письменная речь
3. *устная и письменная речь;*
4. интонации голоса;
5. грамотность.

3. Какие из перечисленных средств общения относятся к невербальным?

1. жесты;
2. позы;
3. мимика;
4. выражение лица;
5. *все перечисленные.*

4. В процессе общения за восприятием сообщения партнером следует … .

1. оценка сообщения;
2. интерпретация сообщения;
3. обратная связь;
4. *выделение и понимание смысловой части;*
5. передача сообщения.

5. Ключевая фаза общения – это ….

1. *восприятие;*
2. выбор канала передачи сообщения;
3. прогноз имеющейся у собеседника картины мира и стремление в максимальной степени приблизить к ней наше сообщение;
4. выбор слов и грамматики;
5. обратная связь.

6. К законам управленческого общения Панасюк А.Ю. относит:

1. *согласие (несогласие) подчиненного с позицией руководителя;*
2. *эмоциональное (положительное или отрицательное) отношение к руководителю;*
3. должностная субординация;
4. сочетание формального и неформального общения;
5. сочетание устного и письменного способов обмена информацией.

7. Вести разговор в русле выраженного личного интереса собеседника относится к психологическому приему достижения расположенности к себе собеседника*:*

1. «Имя собственное»;
2. «Зеркало отношений»;
3. «Терпеливый слушатель»;
4. «Золотые слова»;
5. *«Личная жизнь».*

8.Рекомендации «Быть внимательным к собеседнику!», «Не перебивать собеседника, всегда дослушивать до конца!» относятся к психологическому приему достижения расположенности к себе собеседника*:*

1. «Имя собственное»;
2. «Зеркало отношений»;
3. *«Терпеливый слушатель»;*
4. «Золотые слова»;
5. «Личная жизнь».

9. Утверждение «Во всем, как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними» характеризует правило Д. Карнеги:

1. искренне интересуйтесь другими людьми искренне интересуйтесь другими людьми
2. будьте хорошим слушателем
3. *внушайте собеседнику сознание его значимости и делайте это искренне*
4. говорите о том, что интересует вашего собеседника
5. поощряйте других говорить о себе

10. По утверждению австралийского специалиста А.Пиза, наибольший объем информации от другого человека передается нам с помощью:

1. слов;
2. *мимики, жестов, позы;*
3. тона голоса и его интонаций;
4. всего выше перечисленного в равной степени;
5. невербальных компонентов общения.

Для проверки способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия используется следующий набор вопросов:

11. Для результативного проведения деловых встреч, бесед, переговоров:

1. необходимо контролировать свои движения и мимику;
2. стараться интерпретировать реакции партнера;
3. понимать язык невербальных компонентов общения;
4. внимательно наблюдать за собеседником;
5. *пользоваться всеми выше перечисленными пунктами.*

12. Невербальные компоненты общения наиболее значимы ….

1. *в первые минуты знакомства;*
2. в процессе обмена информацией;
3. при аргументировании;
4. в процессе спора;
5. в завершении общения.

13. Равноправие участников, свободный обмен мнениями и взглядами подразумевает беседа:

1. за “Т” – образным столом;
2. *за круглым столом;*
3. за квадратным столом;
4. за журнальным столиком;

5. этот психологический аспект не учитывается.

14. Какой из перечисленных факторов может отрицательно повлиять на атмосферу общения при первой встрече?

1. очки с затемненными стеклами;
2. располагающий взгляд;
3. доброжелательная улыбка;
4. строгий деловой костюм;
5. готовность вести записи.

15. Жесты какого типа имеют наибольшую национальную и культурную специфику и значительно разнятся в зависимости от страны?

1. жесты-иллюстраторы;
2. жесты-регуляторы;
3. жесты-адаптеры;
4. жесты-символы;
5. жесты - проявления аффекта.

16. В каких случаях употребляются жесты-иллюстраторы?

1. для пояснения сказанного словами;
2. для усиления тех или иных моментов сообщения;
3. для подчеркивания ключевых моментов беседы;
4. для акцентирования внимания;
5. во всех выше перечисленных случаях.

17. Какой из перечисленных жестов не относится к жестам-регуляторам?

1. приветствие рукопожатие;
2. частые кивки головой – для ускорения беседы;
3. медленные кивки головой – выказывают заинтересованность в беседе;
4. приподнятый вверх указательный палец – желание прервать беседу на данном месте или возразить;
5. американский символ «ОК», означающий «всё хорошо».

18. В перечисленных вариантах найдите тот, который не предполагает употребление жестов-адаптеров?

1. в ситуациях стресса;
2. в затруднительных ситуациях;
3. для пояснения сказанного;
4. служат признаком переживаний;
5. все перечисленные выше случаи.

19. Мимика и язык тела являются наиболее ярким проявлением … .

1. жестов-иллюстраторов;
2. жестов-регуляторов;
3. жестов-адаптеров;
4. жестов-символов;
5. жестов-проявления аффекта.

20. Найдите правильный вариант завершения утверждения – дистанция, на которой разговаривают собеседники,…

1. очень символична и зависит от многих факторов;
2. не имеет значения;
3. зависит только от национальных особенностей;
4. зависит только от взаимоотношений собеседников;
5. определяется статусом собеседников.

21. Какой вид улыбки наиболее уместен в деловом общении?

1. заискивающая;
2. адекватная ситуации;
3. дружелюбная;

4. ироничная;
5. насмешливая.

22. Если человек во время разговора часто отводит глаза от своего собеседника, это может означать:

1. он собирается с мыслями;
2. он нервничает;
3. разговор его мало интересует;
4. просьбу не перебивать, ещё не всё сказано;
5. в зависимости от ситуации, возможен любой из приведенных вариантов.

23. Какое средство невербального общения слушающего поощряет говорящего к продолжению разговора?

1. увеличение дистанции слушающим собеседником;
2. очень широкая улыбка;
3. постоянное сокращение дистанции во время разговора;
4. заинтересованный взгляд с нечастыми кивками головой;
5. частый отвод взгляда в сторону.

24. Вызывает больше всего недоразумений использование представителями различных культур жестов

1. символов;
2. адаптеров;
3. иллюстраторов;
4. регуляторов;
5. проявления аффекта.

25. Найдите несоответствующий определению доминантности пункт. Человек, обладающий доминантными качествами, ведет себя по отношению к собеседнику:

1. с позиций превосходства;
2. дает переубедить себя, хотя внутренне не согласен;
3. отсутствуют сомнения типа «уместно ли это»;
4. не принимает возражений;
5. часто перебивают.

Для проверки ОПК-4 «способностью организовать работу малых коллективов исполнителей, в том числе над
междисциплинарными проектами» используется следующий набор вопросов:

26. Такая личностная характеристика как общительность может быть:

1. врожденной;
2. приобретенной в процессе общения;
3. приобретенной в процессе сознательных тренировок;
4. *все выше перечисленные варианты верны.*

27. Психологически мобильных людей отличает … .

1. полнота их погружения в процесс общения;
2. легкая концентрация внимания;
3. торопливость речи и манера торопить собеседника с ответом;
4. перебивать, пытаясь закончить фразу вместо него;
5. все перечисленное.

28. Все ли, из ниже перечисленных пунктов, соответствуют характеристике психологической ригидности?

1. жизненный оптимизм;
2. трудности в принятии самостоятельных решений;
3. торопливость речи и манера торопить собеседника с ответом;
4. склонны уточнять уже принятые решения;
5. стремление к активной деятельности.

29. Люди, которым присуще такое коммуникативное качество как экставерия:

1. по темпераменту холерики и сангвиники;
2. это зачастую флегматики и меланхолики;
3. это амбоверты;

4. они хорошо контролируют свои эмоции;
5. трудно переключаются с внутреннего хода мыслей на диалог;

30. К ошибкам в процессе подготовки переговоров и бесед относится.

1. не готовиться к переговорам вообще;
2. полагаться на импровизацию;
3. поиск решения в процессе переговоров/беседы;
4. учет мельчайших деталей встречи;
5. *все перечисленное.*

31. Подготовка к переговорам включает следующие этапы:

1. выявление области взаимных интересов;
2. установление рабочих отношений с партнером;
3. решение организационных вопросов (повестка дня, место и время встречи);
4. формулировка вариантов решения и предложений по обсуждаемым вопросам;
5. *все перечисленное.*

32. К правилам, позволяющим заинтересовать собой и заинтересоваться тем, с кем общаешься относится:

1. выбор общеинтересной темы;
2. использование шуток и острот;
3. форма возражений, типа «Мне кажется, Вы ошибаетесь», «По-видимому, Вы неверно информированы»;
4. замена односложных ответов «да – нет» на обороты: «К сожалению, это невозможно»;
5. *все перечисленное.*

34. Умение слушать состоит, по мнению специалистов в этой области, из следующих слагаемых:

1. *внимание;*
2. *дружелюбие;*
3. *активность;*
4. компетентность;
5. доброжелательность.

35. Насколько значимы в переговорном процессе существующие национальные различия?

1. Национальные особенности не имеют значения;
2. *Степень значимости национальных особенностей различна в каждом конкретном случае;*
3. Национальные особенности влияют на деловые отношения только при конфликте сторон;
4. Интенсивность делового общения в современном мире приводит к "размыванию" национальных границ, формированию единых норм и правил;
5. Имеют значение только различия западных и восточных культур.

36. Какова цель реалистического конфликта?

а) достичь конкретных результатов;
б) достичь каких-либо преимуществ (материальных или нематериальных).
в) снятие напряжения, своеобразная разрядка.

1. только а);
2. только б);
3. только в);
4. *а) и б);*
5. а) и в).

37. Какой из перечисленных признаков не относится к признакам конструктивной фазы конфликта?

1. *полный уход от предмета обсуждения;*
2. разногласия не принимают необратимого характера;
3. проявляется взаимная неудовлетворенность ходом общения;
4. проявляется взаимная неудовлетворенность друг другом;
5. оппоненты адекватно оценивают свое состояние и состояние партнера.

40. Какого типа личностей по склонности к конфликтности не существует?

1. для которых конфликтность – поведение в конкретной ситуации;
2. для кого конфликтность – постоянный признак их поведения;
3. *вообще неконфликтные люди;*

4. люди, инициирующие конфликт для достижения собственных целей.
5. люди, желающие самоутвердиться в конфликтной ситуации.

41. Психологи считают, что конфликты -

1. естественны в личной сфере;
2. неизбежны в деловой сфере;
3. естественны и неизбежны в личной сфере;
4. естественны и неизбежны в деловой сфере;
5. *естественны и неизбежны в деловой и личной сфере.*

45. Для правильной оценки сути конфликта и определения путей выхода из него психологи рекомендуют:

1. Выделить основную проблему;
2. Определить причины конфликта;
3. Рассмотреть варианты возможного разрешения конфликта;
4. Выяснить, каковы вероятные следствия каждого из возможных путей разрешения конфликта;
5. Все перечисленное.

46. Различными элементами структуры морали являются:

1. нормы
2. правила
3. запреты
4. принципы
5. *все перечитсленное*

47. Главной и определяющей функцией морали является

1. ценностно-ориентирующая 2. воспитательная 3.*регулятивная*
4. познавательная 4. оценочная

48. К «инструментам» регулирования нравственных отношений относятся:

1. морально-этические принципы
2. общественное мнение
3. моральный авторитет
4. традиции, обычаи, заповеди, привычки
5. *все перечисленное*

49. Какая функция морали позволяет оценивать поступки, цели и средства с точки зрения побуждающего намерения?

1. воспитательная
2. *мотивационная*
3. регулятивная
4. познавательная
5. оценочная

50. Какая функция морали направлена на приобретение этических знаний, которые в комплексе помогают сформулировать модель нравственного поведения?

1. воспитательная 2. мотивационная 3.регулятивная 4.*познавательная* 5. оценочная

51. Особенно строго соблюдались и соблюдаются правила этикета –

1. в странах Северной Америки; 2.в странах Западной Европы;
3. в странах Дальнего и Ближнего Востока; 4. в России; 5. в странах Средней Азии;

52. Когда в России стал усиленно внедряться западный этикет?

1. в XVII в; 2. *в начале XVIII века*; 3. в конце XIX века; 4.в начале XX века; 5.в наше время.

53. К какому виду этикета относится этикет, предписывающий нормы поведения на улице, в гостях, в театре, в общественных местах?

1. деловой; 2. *общегражданский; 3.*придворный; 4. воинский; 5. дипломатический.

54. Большинство правил идентичны или в той или иной мере совпадают этикета ….

1. *общегражданского и дипломатического;*
2. общегражданского и делового;
3. дипломатического и воинского;
4. дипломатического и придворного;
5. придворного и воинского.

55. С какого возраста следует начинать обучение этикету?

1. *с младенческих лет;* *2.* в начальной школе; 3. в средней школе;

4. обучаясь в средне-специальном или высшем учебном заведении; 4.когда понадобится.

56. Рукопожатие при встрече или при представлении мужчины и женщины совершенно неуместно -

1. в любых деловых встречах; 2. в неофициальных встречах;
3. в странах Востока; 4. *в мусульманских странах;*
2. при встрече многочисленной делегации.

57. Входя в комнату, где сидят подчиненные, руководитель –

1. не здоровается первым; 2. первым приветствует всех;
3. обменивается со всеми рукопожатиями;4.здоровается первым, сотрудники отвечают, вставая;
5. здоровается первым, сотрудники отвечают, не вставая.

58. Посетитель, входящий в комнату учреждения -

1. не должен стучать в дверь;
2. не должен стучать, если в комнате находится несколько сотрудников;
3. должен постучать, затем войти;
4. должен постучать, открыв дверь спросить разрешения войти, затем войти.
5. должен постучать и войти только после положительного ответа;

59. При личном знакомстве визитная карточка –

1. не вручается; 2. вручается без речевого представления;
3. вручающий вслух произносит имя и фамилию;
4. вручающий подписывается и проставляет дату;
5. вручающий вслух произносит имя и фамилию, подписывается и проставляет дату.

60. Никогда и никому не рекомендуется дарить -

1. *часы;* 2. бутылку без фирменной коробки;
3. слишком дорогой подарок; 4. личные вещи; 5 цветы, не сняв упаковку.

61. Что отличает персонал компании-организатора презентации от гостей?

1. *нагрудные именные карточки с указанием фамилии, имени, отчества и должности;*
2. *выполнение роли "хозяев";*
3. радушие и готовность помочь; 4.уверенность и радушие;
5. стремление обеспечить гостей всей необходимой информацией.

62. При проведении презентаций основное внимание необходимо уделить -

1. процессу угощения и создания хорошего настроения;
2. тому, чтобы размер помещения соответствовал числу приглашенных;
3. *тому, чтобы донести до приглашенных полную информацию о компании;*
4. наладить диалог с потенциальными клиентами;
5. музыкальному сопровождению презентации.

63. Приемы носят деловой характер и проводятся с целью -

1. *углубления и расширения контактов;*
2. *получения нужной информации в неофициальной обстановке;*
3. установления новых контактов; 4. приема пищи; 5. дегустации напитков.

64. Вид приема избирается в зависимости от … .

1. случая, по которому необходимо устроить прием;
2. времени проведения приема; 3. статуса гостей;
4. продолжительности пребывания делегации; 5. количества членов делегации.

65. Что относится к основным рекомендациям поведения на приеме?

1. не шумите;
2. не суетитесь;
3. не бегайте;
4. не привлекайте внимания своей одеждой;
5. все перечисленное.

Вопросы по темам дисциплины

Перечень контрольных вопросов для оценки на семинарских занятиях уровня знаний по дисциплине «Основы деловой коммуникации», получаемых в ходе освоения компетенций ОПК-4, , ОПК-4

Тема 1. *Методологические основы и понятийный аппарат курса (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Понятия: «этика», «мораль», «общение», «деловая коммуникация», «этика деловой коммуникации».
2. Предмет – психологическая и нравственная стороны деятельности и общения людей;
3. Психические процессы, свойства и состояния разного рода рабочих, деловых групп.
4. Цели: формирование у деловых людей соответствующих психологических и нравственных качеств.
5. Задачи: поддержание устойчивости, стабильности бизнеса и организации, должного уровня коммуникации с клиентами, потребителями рекламного продукта, оптимизации рабочих групп;
6. Совершенствование методов подбора и использования персонала; разрешение внутри- и межгрупповых конфликтов;
7. Выработка способов оптимизации морально-психологического климата в коллективах;
8. Определение способов психологической защиты от стрессовых ситуаций.
9. Модель трехмерного управленческого мышления.
10. Обеспечение общей эффективности рекламного бизнеса, его прибыльности.

Тест - «Общительный ли вы человек?»

Тест позволит определить уровень коммуникабельности студента, разобраться в особенностях его стиля общения.

1. Если вас пригласил в гости человек, которому вы не симпатизируете, то примете ли вы это приглашение?

а. Да;
б. Только в исключительных случаях;
в. Нет.

2. Представьте себе, что в гостях вы вынуждены сидеть около человека, которого вы считаете своим врагом. Как вы себя поведете?

а. Не буду обращать на него внимания;
б. Буду отвечать только на его вопросы;
в. Попытаюсь завязать с ним непринужденный разговор.

3. Вы только что собрались зайти в одну квартиру, но внезапно слышите, что там возник семейный спор. Что вы сделаете?

а. Все-таки позвоню.
б. Подожду, пока спор прекратится.
в. Уйду.

4. Что вы сделаете, если в гостях вам предложат блюдо, которое вы не любите?

а. Несмотря на отвращение, съем его.
б. Скажу хозяевам, что не могу его есть.
в. Пожалуюсь на отсутствие аппетита.

5. Какой бутерброд вы обычно выбираете?

а. Самый лучший.
б. Самый маленький.
в. Ближайший ко мне.

6. Что вы предпримете в том случае, если в компании внезапно наступил перерыв в разговоре?

а. Подожду до тех пор, пока кто-нибудь не начнет разговор на новую тему.

б. Сам найду какую-нибудь тему.

7. Представьте, что вы где-нибудь попали в неприятное положение. Расскажете ли вы об этом своим знакомым?

а. Обязательно.

б. Только друзьям.

в. Не скажу ни одному человеку.

8. Добавляете ли вы что-нибудь от себя в рассказы, которые слышали от других?

а. Да.

б. С очень незначительными "улучшениями".

в. Почти нет.

9. Носите ли вы с собой фотографию любимого человека и показываете ли ее друзьям?

а. Да.

б. Иногда.

в. Никогда.

10. Что вы делаете, если, будучи в компании, не понимаете рассказанного анекдота?

а. Смеюсь вместе со всеми.

б. Остаюсь серьезным.

в. Прошу, чтобы кто-нибудь объяснил мне суть анекдота.

11. Что вы предпринимаете, если, будучи в компании, начинаете ощущать резкую головную боль?

а. Молча терплю.

б. Прошу таблетку от головной боли.

в. Иду домой.

12. Что вы делаете, если, находясь в гостях, узнаете, что по телевизору сейчас начнется передача, которая интересует только вас?

а. Прошу, чтобы хозяин включил телевизор.

б. Смотрю ее в соседней комнате, чтобы не мешать остальным гостям.

в. Отказываюсь от просмотра передачи.

13. Вы находитесь в гостях. Какая ситуация для вас более комфортная?

а. Когда развлекаю гостей.

б. Когда меня развлекают другие.

14. Обладаете ли вы привычкой заранее решать, как долго сможете оставаться в гостях?

а. Нет.

б. Иногда.

в. Да.

15. Корреспондент газеты взял у вас интервью. Какова ваша реакция?

а. Доволен, если это интервью напечатают.

б. Хотел бы, чтобы это было уже в прошлом.

в. Мне это совсем безразлично.

16. Смогли бы вы беспристрастно отнестись к людям, которых терпеть не можете?

а. Безусловно.

б. Только в виде исключения.

в. Не задумывался над этим вопросом.

17. Соглашаетесь ли вы с мнением других людей, если оно справедливо, но для вас неблагоприятно?

а. Не всегда.

б. Соглашаюсь.

в. Не соглашаюсь.

18. Когда вы прекращаете спорить?

а. Чем скорее, тем лучше.
б. Когда этот спор не имеет никакого смысла.
в. После того, как я убедил своего оппонента.

19. Если вы знаете наизусть стихи, то будете ли читать их в обществе?
а. С удовольствием.
б. Если об этом попросят.
в. Ни в коем случае.

20. Представьте себе, что вы живете во времена графа Монте-Кристо, сидите в подземной тюрьме и внезапно узнаете, что в соседней камере заключен ваш злейший враг. Начнете ли вы с ним перестукиваться?
а. Как можно скорее.
б. Когда не смогу больше терпеть одиночества.
в. Никогда.

21. Есть ли у вас обыкновение встречать Новый год на главной площади города?
а. Да.
б. Нет.
в. Под Новый год я обычно сплю.

Позиции (пункты)	Номера вопросов																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
а	20	0	5	10	0	5	30	15	0	0	5	0	20	0	10	15	25	0	0	20	5
б	5	5	10	0	5	15	5	5	5	5	10	5	5	5	0	5	5	5	5	5	0
в	0	25	0	5	10	-	0	0	10	10	0	10	-	15	5	0	0	10	10	0	10

Интерпретация результатов

После подсчета баллов вы можете отнести себя к одной из следующих групп:

280 - 300 баллов**.** Возникает подозрение, что вы не всегда внимательно читали поставленные вопросы или не всегда искренне на них отвечали. Проверьте-ка себя еще раз.

200 - 280 баллов. Вы можете быть довольны собой - по крайней мере в том, что касается ваших общественных способностей. Вы охотно проводите свободное время среди людей и в любом обществе являетесь желанным гостем и собеседником. Вы обладаете живым умом, впечатлительны, хороший слушатель и рассказчик. Эти и некоторые другие способности часто делают вас душой компании.

100 - 200 баллов. Ваше отношение к общественной жизни нелегко определить. С одной стороны, вы обладаете свойствами и наклонностями, которые делают вас приятным для общества человеком, с другой - прочие качества вашего характера как бы затеняют первые. В целом вы можете чувствовать себя вполне удовлетворительно в обществе, хотя вам не всегда легко удается приспособиться к окружающим. Однако в обществе, в окружении людей, которым вы симпатизируете, вы часто проводите очень приятные часы.

50 - 100 баллов. Вам нужно признаться в том, что, как правило, вы любите одиночество и в узком семейном или дружеском кругу чувствуете себя значительно лучше, чем в большой компании. Что ж, многие знаменитые люди, вошедшие в историю, нередко принадлежали к этой категории людей.

0 - 50 баллов**.** Вы слишком замкнуты и живете, избегая общества других людей. Советуем вам быть пообщительнее, это необходимо, в первую очередь, именно для вас самих.

Тема 2. *Основные принципы этики и характер деловой коммуникации. (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Теоретические предпосылки становления этики деловой коммуникации.

2. Этика деловой коммуникации в истории философской мысли.
3. Этика в учении Конфуция, Сократа, Платона, Аристотеля.
4. Закон «взаимопомощи» в первобытном обществе, самопожертвование.
5. Принцип справедливости «Десять заповедей».
6. «Золотое правило» общения и нравственности.
7. Оттенки этических норм (национальные, религиозные, классовые, социальных прослоек, профессиональные).
8. Правила общения (правила Грайса): количества, качества, релевантности, стиля.
9. Этика деловой коммуникации «сверху-вниз».
10. Нравственные эталоны и образцы поведения руководителя.
11. Основные принципы этики деловой коммуникации «снизу-вверх», «по горизонтали».
12. Деловая этика и ее специфика (предпринимательство – соревнование интеллектов, допускающее умолчание, хитрости, неожиданные ходы).
13. Обязательность, ответственность и компетентность – главные составляющие деловой этики.

Тест - «Этика поведения в организации»

Выбор поведения и способов общения часто обусловлен наличием разнородных факторов ситуации и особенностями личности. Чтобы продемонстрировать комплекс моральных противоречий, которые ожидают в общении делового человека, воспользуемся следующим тестом.

Ответьте на вопросы и подсчитайте результат.

Определите свою систему ценностей в нижеследующих ситуациях, используя следующие варианты ответов:

- совершенно согласен - СС;
- согласен - С;
- не согласен - НС;
- совершенно не согласен - СНС

1. Не следует ожидать, что рабочие будут сообщать о своих ошибках руководству.
2. Возможны случаи, когда руководитель должен игнорировать требования контракта и нарушать стандарты безопасности, чтобы справиться с делом.
3. Не всегда возможно вести точную регистрацию расходов для отчетности, иногда поэтому необходимо давать примерные цифры.
4. Бывают случаи, когда нужно скрыть неблагоприятную информацию от начальства.
5. Нам следует делать так, как велят наши руководители, хотя мы можем сомневаться в правильности этих действий.
6. Иногда необходимо заняться личными делами в рабочее время.
7. Психологически иногда целесообразно задавать цели, немного превышающие норму, если это поможет стимулировать усилия работников.
8. Я бы раскрыл «желательную дату» отгрузки заказа, чтобы заполучить этот заказ.
9. Можно пользоваться служебной линией связи для личных телефонных разговоров, когда ею не пользуется компания.
10. Руководство должно быть ориентировано на конечную цель, поэтому цель обычно оправдывает средства.
11. Если ради получения крупного контракта потребуется устройство банкета или легкая деформация политики компании, я дам на это разрешение.
12. Без нарушения политики компании и существующих инструкций жить невозможно.

13. Отчеты по контролю товарных запасов нужно составлять так, чтобы по полученным товарам фиксировались «нехватки», а не «излишки». (Этическая проблема здесь та же самая, что у кассы, когда кассир сдает меньше сдачи.)

14. Использовать время от времени копировальную машину компании для личных или местных целей - вполне приемлемо.

15. Унести домой то, что является собственностью компании (карандаши, бумага, ленты для пишущей машины и т.д.), для личных нужд- приемлемая дополнительная льгота.

Оценка ответов в баллах: СНС - О, НС - 1, С - 2, СС – 3.

Если вы набрали в сумме:

0 - Готовьтесь к церемонии канонизации в качестве святого.
1-5 - Вам можно идти в епископы.
6-10 - Высокий этический уровень.
11-15 - Приемлемый этический уровень.
16-25 - Средний этический уровень.
26-35 - Требуется моральное совершенствование.
36-44 - Происходит быстрое соскальзывание в пропасть.
45 - Охраняйте ценные вещи от самого себя.

Тема 3. *Этика и развитие деловой культуры управления персоналом в организации. (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Условия выработки и применения этических принципов в России. Роль автаркической власти и религии.
2. Периоды укрепления и ослабления этических норм. «Золотой век» – XIX-ый.
3. Развитие благотворительности и меценатства – российского предпринимательства.
4. Эволюция типов деловых людей и формы самоорганизации делового сообщества.
5. Проблемы межличностного общения в трудах российских ученых.
6. Современное состояние российской деловой культуры.
7. Общие черты современного российского предпринимательства.
8. Современные взгляды на место этики в деловом общении: возможное противоречие между этикой и бизнесом.
9. Индивидуалистические перекосы.
10. Социальные типы российских предпринимателей.
11. Болевые точки этического развития российского предпринимательства.
12. Снижение планки правового регулирования. Эрозия основных этических норм.
13. Расширение зоны нерегулируемых отношений.
14. Задачи возрождения нравственности и этики в области бизнеса и рекламного дела.
15. Кодекс предпринимательской этики.
16. Основы деловой этики.
17. Деловая этика в рекламе.

Тема 4. *Многомерность личности делового партнера.* ***(ОПК-4, , ОПК-4)***

1. Понятия: «бессознательные психические процессы», «психологическая защита», «экстраверсия», «интраверсия».
2. Структура психики делового партнера.
3. Ошибочные действия в деловом общении.
4. Психологическая защита в деловом общении: защитные механизмы.
5. Экстраверсия и интроверсия в деловом общении.
6. Типологии личности: теория темпераментов
7. Гиппократа, типология Юнга, типология Майерс-Бриггс (MBTI), соционика.

8. Психические функции деловых партнеров в деловом общении.
9. Коллективное бессознательное в деловом общении.
10. Архетип совести в деловом общении.

Тема 5. *Речевая коммуникация: понятие, формы и типы. (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Понятия: «коммуникация», «язык», «речь», «мышление», «речевая деятельность».
2. Виды речевой деятельности.
3. Деловое общение как речевая коммуникация.
4. Модель речевой коммуникации.
5. Типы речевой коммуникации и их характеристика.
6. Функционально-смысловые типы речи
7. Функциональные стили речи.
8. Речевая норма и культура речи.
9. Словарный запас делового человека
10. Классические правила ведения диалога.
11. Фольклорные правила речевого этикета.
12. Культура речи. Основы устного общения.
13. Законы публичной речи.
14. Стратегия ведения речи.
15. Композиция и стиль речи при деловом общении.
16. Риторика.
17. Воздействие на аудиторию.
18. Формулы логического убеждения.
19. Построение аргументации.
20. Тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения.

Тест - «Умеете ли вы вести деловое обсуждение»

Тест поможет проанализировать линию вашего поведения во время производственного совещания, беседы, переговоров, определить стиль поведения. Следует иметь в виду, что каждый из этих стилей зависит от конкретной ситуации. В одних случаях успех приносит авторитарное поведение, не допускающее возражений, в других - тактичное, гибкое поведение.

Необходимо выбрать один из пяти вариантов ответа: «нет, так не бывает»; «нет, как правило, так не бывает»; «неопределённая оценка»; «да, как, правило, так бывает»; «да, так бывает почти всегда».

1. Даю подчиненным поручения даже в том случае, если есть опасность, что при их невыполнении будут критиковать меня.
2. У меня всегда много идей и планов.
3. Я прислушиваюсь к замечаниям других.
4. Мне в основном удается привести логические и правильные аргументы при обсуждениях.
5. Я настраиваю сотрудников на то, чтобы они решали свои задачи самостоятельно.
6. Если меня критикуют, то я защищаюсь, несмотря ни на что.
7. Когда другие люди приводят свои доводы, я всегда прислушиваюсь.
8. Для того чтобы провести какое-то мероприятие, мне приходится строить планы заранее.
9. Свои ошибки я, как правило, признаю.
10. Я предлагаю альтернативы предложениям других.
11. Защищаю тех, у кого есть трудности.
12. Высказываю свои мысли с максимальной убедительностью.
13. Мой энтузиазм заразителен.

14. Я принимаю во внимание точку зрения других людей и стараюсь отразить ее в проекте решения.
15. Обычно я настаиваю на своей точке зрения и гипотезах.
16. Я с пониманием выслушиваю и агрессивно высказываемые контраргументы.
17. Ясно выражаю свои мысли.
18. Я всегда признаюсь в том, что чего-то не знаю.
19. Энергично защищаю свои взгляды.
20. Я стараюсь развивать чужие идеи так, как будто они были моими.
21. Всегда продумываю то, что могли бы ответить на тот или иной вопрос другие и ищу аргументы.
22. Я помогаю людям советом, как организовать свой труд.
23. Увлекаясь своими проектами, своими планами работы на перспективу, я обычно не интересуюсь планами других людей.
24. Я прислушиваюсь и к тем людям, которые имеют точку зрения, отличающуюся от моей.
25. Если кто-то не согласен с моим проектом, то я не сдаюсь, а ищу новые пути.
26. Использую все средства, чтобы заставить согласиться со мной.
27. Открыто говорю о своих надеждах, опасениях и личных трудностях.
28. Я всегда нахожу возможность организовать поддержку моих проектов.
29. Я понимаю чувства других людей.
30. Я больше стараюсь высказать свои мысли, чем выслушивать чужие.
31. Прежде чем защищаться, я внимательно выслушиваю критику.
32. Излагаю свои мысли системно.
33. Даю возможность другим изложить свою точку зрения.
34. Внимательно слежу за противоречиями в чужих рассуждениях.
35. Меняю точку зрения для того, чтобы показать другим, что слежу за ходом их мыслей.
36. Как правило, я никого не перебиваю.
37. Не притворяюсь, что я уверен в своей точке зрения, если это не так.
38. Я трачу много энергии на то, чтобы убедить других, как им нужно правильно поступать.
39. Говорю эмоционально, чтобы вдохновить других людей на работу.
40. Стремлюсь, чтобы при подведении итогов были активны и те, кто редко просит слова.

Оценка ответов в баллах: «нет, так не бывает» - 1; «нет, как правило, так не бывает» - 2; «неопределённая оценка» - 3; «да, как, правило, так бывает» - 4; «да, так бывает почти всегда» - 5.

Суммируйте баллы, полученные при ответах на утверждения 1, 3, 5, 7, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 22, 24, 27, 29, 31, 33, 35, 36, 37, 40, и обозначьте сумму через А (она находится в интервале от 20 до 100 баллов).

Затем сложите баллы, полученные при ответах на утверждения 2, 4, 6, 8, 10, 12, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 26, 28, 30. 32, 34, 38, 39, и обозначьте сумму через В (эта величина также должна находиться в интервале от 20 до 100 баллов).

Результаты теста показывают, является ли ваше поведение на производственных совещаниях, деловых беседах, переговорах, дипломатичным или авторитарным.

Если сумма А не менее чем на 10 баллов превышает сумму В, то вы - хороший дипломат, стремитесь учесть мнения других и убедиться в том, что ваши собственные идеи согласуются с мыслями сотрудников. При этом неизбежны компромиссы, зато у участников переговоров, совещания появляется убеждение, что их мнение вам как руководителю совершенно небезразлично.

Если сумма В как минимум на 10 баллов выше суммы А, то вы ведете дискуссию авторитарно, властно, не обращая внимания на окружающих. Вы не добиваетесь всеобщего согласия и не стремитесь сделать решение общим делом. Бразды правления крепко держите в своих руках.

Если же обе суммы (А и В) различаются менее чем на 10 баллов, то ваше поведение не получает однозначной оценки и может быть, как дипломатичным, так и авторитарным в зависимости от обстоятельств.

Тема 6. *Невербальные аспекты деловой коммуникации в организациях. (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Имидж делового человека.
2. Классификация невербальных средств общения.
3. Кинесика – мимика, взгляд, поза, жесты, походка.
4. Просодические и экстралингвистические средства: интонационный строй речи, сила, громкость, тембр голоса, скорость речи, паузы.
5. Адекватное использование личностью такесических средств общения.
6. Дистанция между собеседниками. «Зоны общения».

Тема 7*. Деловое общение по телефону (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Особенности деловой коммуникации с использованием электронных средств коммуникации.
2. Методы передачи сообщений: факсимильные, кодовые.
3. Функциональная и экономическая эффективность использования электронной почты.
4. Преимущества и недостатки использования телефакса и факс-модема.
5. Электронная коммерция и деловая коммуникация.
6. Средства коллективной работы в компьютерных сетях.
7. Мобильные средства связи: и деловая коммуникация.
8. Основные правила деловой коммуникации по телефону, его стиль и структура.
9. Разработка плана беседы.

Тема 8*. Письменная форма коммуникации и деловая переписка в организациях. (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Классификация деловой корреспонденции.
2. Общие требования к деловым письмам.
3. Структура делового письма.
4. Характерные типы деловых писем (письмо-презентация, письмо-офферта, письмо-запрос, письмо-рекламация и др.).
5. Деловые документы. Коммерческое письмо, его компоненты, основное содержание.
6. Порядок ведения и основные элементы записи беседы и переговоров.
7. Рекламный текст как вид деловой письменной коммуникации.

Тема 9*. Конфликтные ситуации в деловом общении и пути их разрешения. (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Понятие конфликта. Классификация конфликтов в бизнесе: внутриличностные, межличностные, между личностью и организацией; горизонтальные, вертикальные, смешанные и др.
2. Причины возникновения конфликта в деловых отношениях.
3. Психологическая несовместимость как причина конфликта.
4. Структура конфликта. Основные стили.

5. Поведения в конфликтной ситуации (конкуренции или соперничества, сотрудничества, компромисса, приспособления, игнорирования или уклонения).

6. Правила поведения в условиях делового конфликта.

7. Приемы смягчения и предотвращения конфликтных ситуаций в процессе деловой коммуникации.

8. Особенности конфликтов с потребителями и заказчиками рекламной продукции.

Тест - «Уровень вашей конфликтности»

Внимательно прочтите приведенные ниже высказывания и выберите по одному ответу на каждый вопрос.

1. В общественном транспорте начался спор на повышенных тонах. Ваша реакция?

а - Не принимаю;

б - кратко высказываюсь в защиту стороны, которую считаю правой;

в - активно вмешиваюсь, чем «вызываю огонь на себя».

2. Выступаете ли вы на собраниях с критикой руководства?

а - Нет;

б - только если имею для этого веские основания;

в - критикую по любому поводу не только начальство, но и тех, кто его защищает.

3. Часто ли спорите с друзьями?

а - Только если люди необидчивые;

б - лишь по принципиальным вопросам;

в - споры - моя стихия.

4. Очереди, к сожалению, прочно вошли в нашу жизнь. Как вы реагируете, если кто-то пролезет в обход?

а - Возмущаюсь в душе, но молчу: себе дороже;

б - делаю замечание;

в - прохожу вперед и начинаю наблюдать за порядком.

5. Дома на обед подали недосоленное блюдо. Ваша реакция?

а - Не буду поднимать бучу из-за пустяков;

б - молча возьму солонку;

в - не удержусь от едких замечаний и, быть может, демонстративно откажусь от еды.

6. Если на улице, в транспорте вам наступили на ногу...

а - С возмущением посмотрю на обидчика;

б - сухо сделаю замечание;

в - выскажусь, не стесняясь в выражениях!

1. Если кто-то из близких купил вещь, которая не понравилась...

а - Промолчу;

б - ограничусь коротким тактичным комментарием;

в - устрою скандал.

8. Не повезло в лотерее. Как вы к этому отнесетесь?

а - Постараюсь казаться равнодушным, но в душе дам себе слово никогда больше не участвовать в ней;

б -не скрою досаду, но отнесусь к происшедшему с юмором, пообещав взять реванш;

в - проигрыш надолго испортит настроение.

Обработка результатов. Подсчитайте набранные баллы, исходя из того, что на каждый ответ «а» - 4 балла, «б» - 2, «в» - 0 баллов.

Если полученная сумма:

от 22 до 32 баллов - вы тактичны и миролюбивы, ловко уходите от споров и конфликтов, избегаете критических ситуаций на работе и дома. Изречение «Платон мне друг, но истина дороже» никогда не было вашим девизом. Может быть, поэтому вас иногда называют приспособленцем. Наберитесь смелости, если обстоятельства требуют высказываться принципиально, невзирая на лица;

от 12 до 20 баллов - вы слывете человеком конфликтным. Но на самом деле конфликтуете, лишь если нет иного выхода и другие средства исчерпаны. Вы твердо отстаиваете свое мнение, не думая о том, как это отразится на вашем служебном положении или приятельских отношениях. При этом не выходите за рамки корректности, не унижаетесь до оскорблений. Все это вызывает к вам уважение;

до 10 баллов - споры и конфликты - это воздух, без которого вы не можете жить. Любите критиковать других, но, если слышите замечания в свой адрес, можете «съесть живьем». Ваша критика - ради критики, а не для пользы дела. Очень трудно приходится тем, кто рядом с вами - на работе и дома. Ваша несдержанность и грубость отталкивают людей. Не поэтому ли у вас нет настоящих друзей? Словом, постарайтесь перебороть свой вздорный характер!

Тема 10. *Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия. (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Деловые коммуникации в бизнесе и в организациях.
2. Виды деловых бесед: Цели, задачи и структура деловой беседы.
3. Типы вопросов (закрытые, открытые, контрольные, зеркальные и др.) и их классификация (по характеру, функциям, содержанию).
4. Ведение деловых бесед. Типы собеседников в деловой коммуникации.
5. Культура организации деловых бесед.
6. Методика проведения деловых совещаний.
7. Виды совещаний. Цели делового совещания.
8. Подготовка, организация и проведение совещания. Типичные ошибки.
9. Структура совещания. Культура поведения сотрудников на совещании.
10. Уровень работы ведущего и успех совещания.
11. Типы ведущих и результативность совещания.

Тест - «Умеете ли Вы излагать свои мысли»

Тест позволяет определить, насколько студент эффективно владеет своей речью и умеет излагать собственные мысли.

Ответьте, пожалуйста, «да» или «нет» на предложенные вопросы

1. Заботитесь ли вы о том, чтобы быть понятым?
2. Подбираете ли вы слова, соответствующие возрасту, образованию, интеллекту и общей культуре слушателя?
3. Обдумываете ли вы форму изложения мысли, прежде чем высказаться?
4. Достаточно ли лаконичны ваши распоряжения?
5. Если слушатель не задает вопросов после того, как вы высказались, считаете ли вы, что он вас понял?
6. Достаточно ли ясно и точно вы высказываетесь?
7. Следите ли вы за логичностью ваших мыслей и высказываний?
8. Выясняете ли вы, что было неясно в ваших высказываниях? Побуждаете ли задавать вопросы?
9. Задаете ли вы вопросы слушателям, чтобы понять их мысли и мнения?
10. Отличаете ли вы факты от мнений?

11. Стараетесь ли вы опровергнуть мысли собеседника?
12. Стараетесь ли вы, чтобы слушатели всегда соглашались с вами?
13. Используете ли вы профессиональные термины, далеко не всем понятные?
14. Говорите ли вы вежливо и дружелюбно?
15. Следите ли вы за впечатлением, производимым вашими словами?
16. Делаете ли вы паузы для обдумывания?

Ключ.

Вы получаете по 1 баллу за ответы «нет» на 5, 11, 12, 13-й вопросы и по 1 баллу за ответы «да» на все остальные вопросы. Подсчитайте количество баллов.

Результат:

12 - 16 баллов - отличный; 10 - 12 баллов - средний; менее 9 баллов - плохой.

Тема 11. *Деловые переговоры: подготовка и проведение*. *(ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Классификация переговоров (по содержанию и целям, охватываемой области, количеству и статусу участников).
2. Особенности деловых и коммерческих переговоров. Стадии подготовки и проведения переговоров.
3. Организационная подготовка деловых переговоров и составление программы, определение участников, времени и места их проведения.
4. 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.
5. Проработка условий конечных документов переговоров с функциональными службами своей организации и с субподрядчиками.
6. Использование таких методов подготовки, как «деловая игра», «мозговая атака», анализ балансовых листов и др.
7. Техническое обеспечение переговоров.
8. Ведение переговоров.
9. Выбор концептуального подхода: конфронтационного (торг) либо партнерского (совместное решение проблемы).
10. Симметричные и асимметричные решения.
11. Способы подачи позиции (открытие ее, закрытие, постепенное приоткрывание – «салями»).
12. Оферта, возможная реакция на предложения, методы торга, акцепт.
13. Возможные тактические приемы со стороны партнера (завышение требований, расстановка по нарастающей, пакетирование и т.д.).

Тест - «Моя тактика ведения переговоров»

Выберите ответы «а» или «б»

1. а. Обычно я настойчиво добиваюсь своего.
   б. Чаще я стараюсь найти точки соприкосновения.

2. а. Я пытаюсь избежать неприятностей.
   б. Когда я доказываю свою правоту, на дискомфорт партнеров не обращаю внимания.

3. а. Мне неприятно отказываться от своей точки зрения.
   б. Я всегда стараюсь войти в положение другого человека.

4. а. Не стоит волноваться из-за разногласий с другими людьми.

б. Разногласия всегда волнуют меня.

5. а. Я стараюсь успокоить партнера и сохранить с ним нормальные отношения.
   б. Всегда следует доказывать свою точку зрения.

6. а. Всегда следует искать общие точки зрения.
   б. Следует стремиться к осуществлению своих замыслов.

7. а. Я сообщаю партнеру свою точку зрения и прошу его высказать свое мнение.
   б. Лучше продемонстрировать преимущество своей логики рассуждения.
8. а. Я обычно пытаюсь убедить других людей.
   б. Чаще я пытаюсь понять точки зрения других людей.

9. а. Я всегда склоняюсь к прямому обсуждению проблемы.
   б. Беседуя, я слежу за развитием мысли собеседника.
10. а. Я отстаиваю свою позицию до конца.
   б. Я склонен изменить позицию, если меня убедят.

Оценка ответов.

Определите совпадения:

П (противоборство) - 1а, 2б, 3а, 4а, 5б, 6б, 7б, 8а, 9а, 10а.

С (сотрудничество) - 1б, 2а, 3б, 4б, 5а, 6а, 7а, 8б, 9б, 10б.

Оцените, что преобладает в вашем поведении (С или П), а также определите, на что вы больше ориентированы: на стремление во что бы то ни стало добиться победы, доказать свое (тактика противоборства, конкуренции, конфронтации) или на стремление к совместному решению проблемы (это ориентация на дело, на сотрудничество, кооперацию). Естественно, вторая тактика предпочтительнее.

Тема 12. *Психологические аспекты деловой коммуникации при переговорах*. *(ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Психологические особенности партнеров.
2. Классификация абстрактных типов собеседников.
3. Методы воздействия на партнера, завоевания симпатии, формулы логического убеждения, смягчения конфликтных ситуаций и выхода из них (уступка, компромисс, сотрудничество, игнорирование, прямое жесткое требование).
4. Техника аргументации (риторические методы: противоречия, «извлечения выводов», сравнения, «да-но», «бумеранга», видимой поддержки и т.д.; спекулятивные методы: преувеличения, анекдота, ссылки на авторитет, аппеляции, дискредитации, искажения и т.д.).
5. Применяемые риторические выразительные средства (наглядные, впечатляющие, эстетические, коммуникативные и т.д.).
6. Наиболее распространенные способы завершения переговоров (рекомендации Международного торгового центра).
7. Национальные особенности деловой коммуникации.
8. Международная субкультура переговоров – их специфика в странах Запада и Востока.
9. Кросс-культурный анализ и национальные подходы в вопросах: формирования делегаций и механизма принятия решений; ценностных ориентаций, особенностей восприятия и мышления; особенностях поведения и характерных тактических приемов.

Тема 13. *Особенности деловой коммуникации на выставках и ярмарках*. *(ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Деловая коммуникация на выставках и ярмарках.
2. Подготовка тематического и экспозиционного плана и рекламных материалов устроителями выставки.
3. Организация встреч со специалистами и проведение тематических семинаров и презентаций.
4. Правила ведения записи посетителей стенда.
5. Особенности заключения контрактов на ярмарках и выставках.

Тема 14. *Деловая коммуникация и имидж организации. (ОПК-4, , ОПК-4)*

1. Основные составляющие имиджа фирмы и ее сотрудников.
2. Деловая коммуникация, деловая культура и имидж фирмы.
3. Культура поведения сотрудников, традиции и этика деловой коммуникации, служебно-административный кодекс фирмы.
4. Фирменная реклама.
5. «Видение фирмы» - эстетический, этический и психологический комфорт фирмы.
6. Требования к сотрудникам и социальная ответственность перед ними.
7. Общественная и благотворительная деятельность фирмы.
8. Фандрайзинг.

Описание учебных кейсов

Решение кейсовых ситуаций по дисциплине «Основы деловой коммуникации» направлено на оценку уровня владения знаниями, навыками и умениями, формируемыми у учащегося в ходе освоения профессиональной компетенции ОПК-4, , ОПК-4.

Основы деловой коммуникации сегодня довольно сложная задача. А если при этом ограничены как временные, так и финансовые ресурсы – она становится практически невыполнимой.

Критерии для оценки работы учащегося над решением кейс-задач.

Оценка	Критерии оценивания
Оценка 5 (Отлично)	➢ изложение материала логично, грамотно, без ошибок; ➢ свободное владение профессиональной терминологией; ➢ умение высказывать и обосновать свои суждения; ➢ студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; ➢ студент организует связь теории с практикой.
Оценка 4 (Хорошо)	➢ студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; ➢ ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка 3 (Удовлетворительно)	➢ студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; ➢ обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка 2 (Неудовлетворительно)	➢ отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, не решен кейс; ➢ в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

Кейс 1 (ОПК-4, , ОПК-4)

Опоздание. Вас недавно назначили руководителем коллектива, в котором вы несколько лет были рядовым сотрудником. На 8-15 вы вызвали к себе в кабинет подчиненного для выяснения причин его частых опозданий на работу, но сами неожиданно опоздали на 15 мин. Подчиненный же пришел вовремя и ждет вас. Как Вы начнете беседу при встрече?

1. Независимо от своего опоздания сразу же потребуете его объяснений об опозданиях на работу.
2. Извинитесь перед ним и начнете беседу.
3. Поздороваетесь, объясните причину своего опоздания и спросите его: «Как вы думаете, что можно ожидать от руководителя, который так же часто опаздывает, как и вы?»
4. Отмените беседу и перенесете ее на другое время.
5. Свой вариант.

Кейс 2 (ОПК-4, , ОПК-4)

Приглашение. Недавно я поступила на работу в качестве начальника одного из отделов солидного предприятия. Коллектив мне достался сложившийся, дружный. Более того, сотрудники любят собираться вместе в нерабочее время у кого-нибудь дома.

И вот настал момент, когда меня тоже пригласили на такую вечеринку. Я в затруднении. С одной стороны, отказаться неудобно, коллеги могут обидеться. С другой стороны, я - руководитель и сближение с подчиненными, вторжение личных контактов в служебные может стать по-

водом для панибратских отношений, то есть связать мне руки и снизить мой авторитет среди сотрудников.

Посоветуйте, как мне быть?

Кейс 3 (ОПК-4, , ОПК-4)

Накануне. Руководитель организации поручает своему заместителю подготовить заседание коллегии по вопросу, который тот курирует. Накануне заседания руководитель резко критикует проделанную работу и требует внести кардинальные изменения в повестку дня, круг приглашенных лиц и т. д.

Оцените ситуацию и дайте прогноз. Что можно посоветовать действующим лицам?

Кейс 4 (ОПК-4, , ОПК-4)

Пострадавшие. В некой фирме в одном кабинете располагались рабочие места двух сотрудниц: совсем молодой Нины и женщины средних лет Лидии Васильевны.

Однажды случилась неприятность: из стола Нины украли деньги. Пропажа обнаружилась вечером, после ухода Лидии Васильевны.

На следующий день Нина, естественно, рассказала коллеге про свою беду, высказав при этом с десяток подозрений. Вообще-то деньги мог взять кто угодно, потому что, выходя ненадолго, дверь они обычно не запирали.

Реакция Лидии Васильевны удивила Нину: она выслушала все очень сдержанно, что было на нее совсем не похоже. А через несколько дней Лидия Васильевна потихоньку, ничего не объясняя, перебралась в другое помещение. Нина недоумевала, пока секретарь шефа не объяснила ей, в чем дело. Оказывается, Лидия Васильевна решила, что Нина подозревает ее в краже, а своим рассказом о пропаже денег пыталась ее «расколоть». Обидевшись насмерть, она поделилась с начальником и добилась переезда в другой кабинет.

Чуть позже директор вызвал к себе Нину и в доверительной беседе сообщил, что ее коллега очень обижена и больше не желает иметь с ней никаких отношений. Он, конечно, пытался ее разубедить, но лучше Нине постараться самой это сделать.

Кто и в чем не прав?

Кейс 5 (ОПК-4, , ОПК-4)

Вернуть самоуважение. Недавно став руководителем отдела продаж, я попала в неприятную ситуацию. Мой непосредственный начальник на общем собрании коллектива назвал меня другим именем. Я поправила его, сказав, что он ошибся. Но директор отреагировал неожиданно, он сказал, что неважно, как меня зовут, главное, чтобы я выполняла свою работу на отлично. Честно говоря, я очень растерялась и не нашла, что ответить. Собрание прошло, а у меня осталась обида на саму себя, именно на себя, а не на начальника за то, что не смогла дать достойный ответ.

На следующий день я пришла в кабинет директора и попросила объяснений. Оказалось, что он даже не помнит этого эпизода. Но он извинился и сказал, что в дальнейшем будет очень тактичным. И действительно, с тех пор начальник более чем вежлив и корректен. Но неприятный осадок все-таки остался.

По существу, это был мой внутренний конфликт. Моей задачей было вернуть самоуважение. Однако мне это не удалось. Я осталась недовольна собой. Помогите автору решить задачу.

Кейс 6 (ОПК-4, , ОПК-4)

Курам на смех. Одной из сотрудниц нашей фирмы было поручено составить договор на изготовление оборудования. Она попросила меня помочь, и я, используя образец, приведенный **в специальной литературе, подготовила текст. Сотрудница передала его на подпись директору.**

Когда договор попал в его руки, раздался крик: «Полный бред!.. Кто так пишет?.. Да это же курам на смех!..»

Выяснив, кто автор злополучного текста, директор вызвал меня в свой кабинет и стал зачитывать выхваченные фразы, утверждая, что они звучат не по-русски. Мои ссылки на примеры в книгах он не хотел слушать.

Остаток рабочего дня директор высмеивал меня на весь офис, уже не ограничиваясь текстом договора. Я еле сдерживала слезы и была готова провалиться сквозь землю. Очень хотелось выбежать куда-нибудь и выплеснуть свои эмоции.

Договор я исправила, и директор подписал его, а коллега извинилась передо мной за то, что «подставила» меня. Но легче мне не стало. Меня угнетала жестокость директора, его неуважение к подчиненным (а я не первая жертва его язвительности). Он чувствует себя хозяином и считает, что может разговаривать со всеми как ему угодно, не задумываясь, каково собеседнику. Мы не можем ответить ему достойно, чтобы защитить себя.

Приходится выбирать: либо терпеть, либо увольняться. Кто и в чем не прав? Что посоветовать автору?

Кейс 7 (ОПК-4, , ОПК-4)

Срочный вызов. Обычный рабочий день. Нахожусь в своем кабинете, у меня посетители. Мы обсуждаем условия поставки нашей продукции и заключаем договор. Вдруг раздается звонок – мой начальник просит зайти. Говорю, что не могу, объясняя это тем, что у меня посетители. Он настаивает. Отвечаю, что я уже заканчиваю и буду у него через несколько минут. Кладу трубку. Но уже через минуту открывается дверь. Это мой начальник. Он сильно раздражен и требует немедленно идти к нему. Ничего не остается, как подчиниться.

У него в кабинете начинаются объяснения на повышенных тонах. Пытаюсь доказать ему свою правоту, аргументируя тем, что не могу оставлять посетителей одних, так как у меня на столе документы, а попросить их выйти мне неудобно, поскольку это наши потенциальные клиенты и заставлять их ждать, с моей точки зрения, было бы неправильно. Все это мой начальник и сам прекрасно понимает, но слушать уже ничего не хочет. Видя, что мои объяснения бесполезны, интересуюсь, для чего он меня вызвал. Он называет такую «мелочь» (с моей точки зрения), которую вполне мог бы спросить по телефону. Я отвечаю на заданный вопрос, а после этого, не сдерживая своего возмущения, все ему высказываю. Выходя из кабинета, хлопаю дверью. Кто и в чем не прав?

Кейс 8 (ОПК-4, , ОПК-4)

Ах так?! Я работала секретарем в небольшой частной фирме. Рабочий день начинался у нас в 9.30. Я жила поблизости, не пользовалась транспортом и всегда приходила в офис минут за 15 до начала работы. Шеф появлялся и исчезал, когда ему заблагорассудится, не ставя никого в известность о своих планах.

Зная, что я прихожу на работу раньше других, он поручил мне в дополнение к моим обязанностям следить, во сколько приходят остальные сотрудники, и отмечать тех, кто опаздывает. За каждое опоздание он вычитал деньги из зарплаты. Это поручение мне очень не понравилось, но отказаться я не решилась. До этого у меня сложились хорошие отношения с сотрудниками, и я старалась не записывать опоздания, когда их можно было скрыть от шефа.

Как-то раз мне пришлось задержаться дома по семейным обстоятельствам. Я пришла на работу на 30 минут позже. Мне не повезло: в этот день шеф уже был на месте. Он вызвал меня к себе в кабинет и стал весьма сурово отчитывать. Я попыталась объяснить причину своего опоздания, но он оборвал меня, заявив, что это его не интересует. Потом он сказал, что я безответственно отношусь к его поручению и покрываю тех, кто опаздывает.

Я разозлилась и выложила ему, что несправедливо вычитать деньги из зарплаты за каждое опоздание, особенно если на это есть уважительные причины. Шеф, привыкший к моей безропотности, вспылил и заявил, что если меня не устраивают его требования, я могу сменить место работы.

Я ответила, что сделаю это с удовольствием. Еще до этого эпизода я подумывала о поисках другого места работы, так как здесь меня не устраивала зарплата. Однако близость к дому и хорошие отношения в коллективе удерживали меня от серьезных шагов в этом направлении.

Что ж, зато теперь все становилось на свои места, правда, немного быстрее, чем хотелось бы. Но шеф не оставил мне выбора. Какие уроки можно извлечь из этой ситуации?

Кейс 9 (ОПК-4, , ОПК-4)

Три бумажки

Директор фирмы Виктор Васильевич вихрем промчался в свой кабинет, крикнув на ходу секретарше Вере: «Зайди ко мне!»

Он очень спешил — опаздывал на важную встречу. Сделав несколько срочных распоряжений, передал Вере письма для отправки по электронной почте. Затем выложил из кейса на стол пачку денег, назвал сумму, велел убрать их в сейф. И умчался.

На следующее утро Виктор Васильевич вызвал Веру к себе и заявил, что денег в сейфе не хватает. Вера была обескуражена. Она пыталась объяснить, что вчера первым делом убрала деньги в сейф, а пересчитать, сколько их было, ей даже не пришло в голову. И уж конечно, она ничего не взяла.

Но директор не хотел ее слушать и требовал, чтобы она вернула недостающую сумму.

Через какое-то время Вера положила на стол Виктору Васильевичу три бумажки: две злополучные купюры и еще одну — заявление об увольнении.

Кто и в чем не прав?

Кейс 10 (ОПК-4, , ОПК-4)

Планерка

Утро. Остается несколько минут до начала рабочего дня. Почти все участники планерки собрались в кабинете генерального директора.

За минуту до начала совещания заходит молодая сотрудница, недавно принятая по конкурсу на новую должность. На ней легкомысленная блузка, открывающая взорам окружающих часть великолепно сложенного тела, украшенного татуировкой.

Реакция присутствующих на ее появление неоднозначная и с трудом поддается описанию. На одном полюсе восторг: восхищенные междометия молодых мужчин вкупе с недвусмысленными выражениями лиц. На другом — возмущение: суровые взгляды наиболее солидных сотрудников в сопровождении неопределенных, но явно осуждающих звуков. Где-то посредине -любопытство, удивление, смех остальных. Безразличных нет. Но вся эта сложная симфония длится очень недолго. Наступает мертвая тишина, и все взгляды устремляются на генерального директора.

Как ему поступить?

Кейс 11 (ОПК-4, , ОПК-4)

«Цена лояльности»

Менеджер вышел на клиента «холодным звонком», приложил много усилий, чтобы проработать его и достичь договоренностей о сотрудничестве. Клиент сложный, капризный, требующий к себе особого отношения. На этапе заключения договора требует заменить менеджера, мотивируя тем, что «продал он хорошо, а вот насколько качественно будет вести текущую работу, организовывать поставки в срок» клиент не уверен, не хочет рисковать и нервничать, требует сразу заменить менеджера. Мало чем мотивирует. Менеджер на всем этапе проработки клиента работал безупречно. Клиент обращается к начальнику отдела с желанием заменить менеджера, иначе он пойдет в другую компанию.

Клиент: выбить себе особые условия (внеочередные поставки в любой момент «по звонку», готовность сделать пересорт в любое время, даже когда товар уже отгружен и находится в пути). Понимает, что менеджер, который работает с ним сейчас, этого делать не будет.

Начальник отдела: сохранить этого клиента, желательно за этим менеджером, т.к. он на самом деле лучший менеджер отдела и никто другой с таким клиентом не справится. Кроме того, начальник отдела понимает, что менеджер заработал этого клиента и справедливо, что прибыль от дальнейшей работы с этим клиентом должна идти в заработок именно этого менеджера, в противном случае, менеджер может уйти работать в другую компанию.

Менеджер: заключить договор с клиентом, продолжать работать с ним и зарабатывать на его поставках.

Кейс 12 «Строительство в кризис» (ОПК-4, , ОПК-4)

Строительная фирма оказывает услуги по строительству объекта для крупного государственного предприятия. Срок сдачи объекта был январь. Сейчас март, объект еще не сдан, так как у строителей нет средств, чтобы закупить строительные материалы и завершить строительство. Планировалось привлечь кредитные средства, но банки в связи с кризисом кредиты выдавать отказываются. При этом государственное предприятие не внесло прописанной в договоре предоплаты за работу в размере 50%, а внесло только 30%. Компания, которая поставляет строительные материалы, не готова осуществить поставки без оплаты, т.к. им необходимы гарантии, которых строительная фирма не может представить.

Представитель государственного предприятия: заинтересован, чтобы строительство было завершено как можно быстрее, готов в случае необходимости сменить строительную фирму. Готов работать только по постоплате, несмотря на то, что в договоре прописана 50% предоплата.

Представитель строительной фирмы: заинтересован в том, чтобы завершить строительство и получить оставшуюся часть денег.

Поставщик строительных материалов: заинтересован в клиенте – строительной фирме, так как на дворе кризис и клиентов мало, но им нужны гарантии.

Цель: провести переговоры с каждым оппонентом и прийти к решению, которое бы удовлетворило все стороны.

Кейс 13 «Стираем стереотипы» (ОПК-4, , ОПК-4)

Главный механик (59 лет), в его распоряжении автопарк около 80 машин разных видов: грузовые и легковые. Отвечает за выбор поставщика нефтепродуктов. Опытный специалист, человек «старой закалки». Около года назад пробовал заправляться на АЗС «КБ» и остался недоволен: бензин оказался не лучшего качества, персонал был неприветлив, машина после заправки начала барахлить. Бренд «КБ» вызывает у него плохие воспоминания, для него нет различий между компаниями «Компания Б» и «КБ-ДЗО». Он не заинтересован во встрече с представителем компании «КБ-ДЗО» и условиях, которые он может предложить. Однако, проявляя вежливость, готов выделить 10 минут времени для личной встречи.

Ведущий специалист «КБ-ДЗО» по мелкооптовым продажам: специализируется на транспортных компаниях. Во время личной встречи планирует конструктивно разъяснить клиенту ситуацию: «КБ» и «КБ-ДЗО» – это различные предприятия, являясь дочками одной головной компании, относятся к разным структурам сбыта. Перед встречей ведущий специалист подготовился и заручился поддержкой Директора аналогичной транспортной компании, который согласился принять участие во встрече. Для ведущего специалиста завоевать этого клиента – дело чести. Это крупный клиент, «крепкий орешек», начальник отдела обещает за этого клиента дополнительные бонусы.

Директор аналогичной транспортной компании: руководит крупной транспортной компании в этом сегменте рынка. Любезно согласился принять участие во встрече ведущего специалиста «КБ-ДЗО» и главного механика транспортной компании. В этой встрече имеет свои интересы: во-первых, хочет разведать обстановку у конкурентов, во-вторых, получить скидку от «КБ-ДЗО».

Главный механик – нынешний поставщик нефтепродуктов его полностью устраивает, менять его не готов. На встречу согласился, когда узнал, что на ней будет присутствовать Директор аналогичной транспортной компании, т.к. планирует сменить работу и считает встречу хорошей возможностью познакомиться с Директором и продемонстрировать ему свой профессионализм.

Цель: провести трехсторонние переговоры и предложить, как минимум три решения проблемы.

Кейс 14 (ОПК-4, , ОПК-4)

Крупная фирма открыла филиал в другом городе. Начальнику отдела сбыта поручили обучить своего коллегу по сбыту этого регионального филиала. Он начал учить, но в личной беседе сказал своему коллеге, что его знания стоят денег и делиться ими он не намерен. Перспективы роста начальника отдела сбыта – руководитель филиала.

Особенность данного предприятия – большая специфика работы в области сбыта. Причем если действовать просто по разработанным инструкциям, уходит очень много времени, из-за многочисленных региональных особенностей.

Каким образом в деловой беседе коллега может подействовать на начальника отдела сбыта поделиться своими знаниями с ним?

Описание деловых ролевых игр к учебному кейсу

Участие студента в деловых (ролевых) играх направлено на закрепление навыков и умений, получаемых в ходе освоения профессиональных компетенции ОПК-4, , ОПК-4. Кроме того, деловые игры позволяют оценить уровень освоения знаний, умений и навыков, сформированных в ходе освоения ОПК-4, , ОПК-4.

Критерии оценки действий участников игры:

- активность обучающихся 0-5 баллов;
- использование дополнительных материалов 0-5 баллов ;
- качество и эффективность принятых решений, их аргументированность 0-5 баллов;
- взаимопомощь, уровень межличностных отношений в команде 0-5 баллов;
- достижение поставленной цели (ей) игры 0-5 баллов;
- решение проблемы 0-5 баллов.

Каждый критерий прежде всего оценивается по факту выполнения («+» или «-»). Для того, чтобы участие в игре было засчитано – каждый участник должен набрать не менее 5 «+». Затем, каждый критерий оценивается в баллах. Компетенции считаются освоенными на базовом уровне, если учащийся набрал от 15 до 20 баллов, на повышенном - от 21 до 30 баллов

«ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ И СОВЕЩАНИЯ»

Цель игры – выработать навыки проведения совещаний и переговоров, совместного решения проблем.

Игрокам необходимо проявлять стремление к сотрудничеству, лояльность и в то же время умение отстаивать свою точку зрения. Нежелательно проявление таких качеств, как противоборство, упрямство. Выступления игроков должны обладать смысловой точностью, быть логически построенными и выразительными. Из- лишняя эмоциональность, грубость во время проведения переговоров и совещаний будут облагаться штрафами. Игрокам также следует избегать применения в речи слов-паразитов.

В ходе игры участники делятся на две группы по 6 чел., одна из которых проводит переговоры, а другая – совещание.

Переговоры проводятся между двумя предприятиями – российским комбинатом по производству полиграфического оборудования и немецкой компанией того же профиля – о создании совместного предприятия. Немецкое предприятие будет поставлять детали, российское – производить сборку печатных машин. Перед участниками переговоров стоит задача – договориться о взаимовыгодных условиях создания совместного предприятия. По завершении переговоров участники заключают соглашение о создании совместного предприятия, в котором отражаются основные условия.

Совещание проводится между сотрудниками новой типографии. Председательствует директор. В повестку делового совещания включен следующий вопрос: формулировка миссии организации и установление долевого состава специального фонда (социальные нужды; маркетинговые исследования; выставки, презентации, рекламные кампании; различные материальные поощрения). По результатам совещания заполняется протокол, который подписывается директором.

В ходе деловой игры участники выполняют тесты на умение вести деловую беседу, переговоры, определение тактики ведения переговоров, терпимость. Это поможет игрокам лучше понять себя, выявить свои достоинства и недостатки, решить, в чем им необходимо совершенствоваться.

ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ

В начале игры ведущие объясняют ее правила. Игрокам предлагается вытянуть по одной карточке, на которой написана роль каждого участника и номер группы (1 или 2).

Затем игроки группы № 1 делятся на подгруппы («Российский 9 комбинат» и «Немецкая компания»). Он раздает им материал. Группа № 1 начинает готовиться к переговорам. Подгруппы не должны переговариваться между собой.

Игроки группы № 2 садятся в конце класса, ведущий № 2 раз- дает тесты и карточки для занесения результатов тестирования.

По окончании отведенного времени игроки из группы № 1 садятся за большой стол (несколько парт, стоящих рядом) и начинают вести переговоры. Завершив их, участники заполняют соглашение о создании совместного предприятия. Форма соглашения выдается ведущим № 1 во время переговоров. Он должен внимательно следить за переговорами и вносить замечания в оценочную таблицу (табл. 1 в «Раздаточном материале» на с. 19–20).

Ведущий № 2 собирает у игроков группы № 2 карточки с результатами тестирования, игроки рассаживаются по одному и получают материал. Во время подготовки к совещанию игроки не должны общаться между собой.

По прошествии отведенного времени группы меняются места- ми: вторая садится за большой стол для проведения совещания, а первая получает тесты и карточки для занесения результатов. По окончании тестирования и сдачи карточек с результатами участники группы № 1 свободны – для них на этом игра заканчивается.

Группа № 2 проводит совещание. По его итогам игроки должны заполнить протокол (его выдал директору ведущий во время совещания), а директор – подписать его. После окончания совещания игра заканчивается.

На протяжении всей игры ведущие должны заполнять оценочные таблицы (см. табл. 1). Затем им следует выставить оценки всем игрокам.

Состав игровых групп:

группа № 1 – 6 чел.;

группа № 2 – 6 чел.

Регламент игры:

оглашение ведущим правил игры; выбор участниками карточек с ролью – 5 мин;

группа № 1 – получение раздаточного материала и подготовка к переговорам;

группа № 2 – тестирование – 20 мин;

группа № 1 – ведение переговоров;

группа № 2 – получение раздаточного материала и подготовка к совещанию – 20–30 мин;

вступительная речь директора и заместителей во время пере- говоров (группа № 1) – по 2–3 мин;

группа № 1 – тестирование;

группа № 2 – проведение совещания – 30 мин;

итого – 1 ч 30 мин.

ВЕДУЩИЕ ИГРЫ Ведущих должно быть двое, и за каждым закрепляется одна из групп, которую он будет курировать на протяжении всей игры. Ведущий раздает материал, собирает карточки с результатами тестирования, заносит данные в оценочные таблицы, отвечает на вопросы в своей группе и, если остается время, на вопросы в другой группе.

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ИГРОКАМ

За время подготовки вы вместе с другими сотрудниками вашей организации должны продумать и выбрать стратегию переговоров. Разрабатывать предложения лучше всем вместе, чтобы каждый знал, о чем будет говорить его коллега, и в любой момент мог его поддержать. На переговорах вы должны представлять одно целое и отстаивать одни и те же задачи. Заранее приготовьтесь услышать от противоположной стороны другие предложения и подумайте, на какие из них вы готовы согласиться, а на какие – нет. Готовясь к совещанию, вы должны продумать свою точку зрения по вопросам, которые будут обсуж-

даться. Играющие роль сотрудника должны постараться войти в роль и принимать активное участие в совещании.

РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

В раздаточный материал входят:

1) инструкции для членов группы, ведущей переговоры о создании совместного предприятия (6 экз.), и для членов группы, проводящей деловое совещание на тему «Миссия фирмы и назначение специального фонда» (6 экз.);

2) инструкции для исполнителей ролей директора российского комбината, его заместителей (по коммерческой части, а также по производству и персоналу), бланк соглашения о создании совместного предприятия;

3) инструкции для исполнителя роли директора новой типографии, сотрудника (5 экз.), бланк протокола совещания (о миссии фирмы и назначении специального фонда);

4) таблицы для оценки игроков во время тестирования и выставления итоговой оценки (по 1 экз. для каждой группы).

Группа № 1. Переговоры о создании совместного предприятия

Подгруппа «Российский комбинат по производству полиграфического оборудования»

Цель переговоров – создать совместное предприятие с немецкой 11 компанией по выпуску полиграфического оборудования, добиться для своей команды наиболее выгодных условий, но, тем не менее, постараться достичь компромисса.

Ваша цель как игроков – максимально раскрыть и проявить свои способности к переговорам.

Ваш комбинат во времена СССР был довольно прибыльным предприятием, выпускал хорошую и качественную полиграфическую технику. В результате рыночных реформ предприятие стало постепенно разоряться. Выпускаемая техника не могла уже конкурировать с появившимися на российском рынке западными фирмами. Объемы продаж полиграфического оборудования, произведенного на комбинате, начали быстро снижаться, так как резко снизился спрос на ваши машины.

На комбинате в настоящее время работает очень мало квалифицированных специалистов: бóльшая их часть покинула предприятие. Ваши основные фонды давно не перевооружались (оборудование довольно старое и изношенное, а на закупку нового у комбината не хватает средств). Если не предпринять каких-либо мер, то в скором времени предприятие будет вынуждено закрыться.

На переговорах вы встретитесь с представителями иностранной компании, которая существует уже более 50 лет и хорошо зарекомендовала себя не только на внутреннем, но и на мировом рынке, имеет несколько совместных предприятий в разных странах. Однако не многие типографии в состоянии купить такие дорогостоящие машины.

Ваш комбинат, несмотря на то что находится в очень тяжелом положении, может предложить следующее:

помещение (довольно хорошее и просторное здание);

дешевую рабочую силу;

знание потребностей российского рынка и т. д. (все зависит от вашей фантазии).

В ваших интересах проявить себя на переговорах с иностранной компанией с лучшей стороны и прийти к соглашению, которое будет выгодным как для вас, так и для них.

Группа № 1. Переговоры о создании совместного предприятия

Подгруппа «Немецкая компания по производству полиграфического оборудования»

Цель переговоров – добиться для своей команды наиболее выгодных условий, но, тем не менее, постараться достичь компромисса. Ваша цель как игроков – максимально раскрыть и проявить свои способности к переговорам.

Ваша компания существует уже более 50 лет, она хорошо зарекомендовала себя на внутреннем и мировом рынке, имеет не- сколько совместных предприятий в разных точках мира. Вы успешно существуете и постоянно расширяете и обновляете свое производство. Вы поставляете продукцию в свою страну, а также занимаетесь экспортом производимого оборудования во многие государства. В России нуждаются в качественной полиграфической технике, но не многие типографии могут за нее заплатить. Создание совместного немецко-российского предприятия по производству полиграфической техники позволило бы увеличить объемы реализуемого на российском рынке оборудования. Вы сможете уменьшить себестоимость производимой вами продукции за счет более дешевой рабочей силы, сырья, сокращения транспортных расходов. Создавая рабочие места, фирма хорошо зарекомендует себя в стране.

Вы хотите образовать совместное предприятие с российским комбинатом по производству полиграфического оборудования. В советское время это было процветающее и довольно крупное предприятие, но за время рыночных реформ и преобразований дела значительно ухудшились. Не проводилось перевооружение основных фондов, средств на финансирование научных разработок в области модернизации выпускаемого оборудования не хватало, объемы реализации уменьшились, из-за задержек заработной платы многие квалифицированные специалисты покинули комбинат. Российское предприятие также заинтересовано в партнерстве с вами.

Роль: директор российского комбината

Родь директора возлагает на вас большую ответственность. От вас лично во многом зависит общее впечатление, которое сложится у предполагаемых партнеров о фирме.

Участники немецкой стороны должны услышать не только ваше мнение, поэтому предоставляйте возможность высказываться всем членам своей команды. В задачи директора входит:

1) подготовить вступительную речь на 2–3 мин (ваша цель, состояние предприятия на данный момент, ваши предложения и т. д. – одним словом, вы должны заинтересовать партнера);

2) предоставлять слово своим заместителям и контролировать их выступления;

3) по окончании переговоров вместе с директором немецкой компании заполнить соглашение о создании совместного предприятия по производству полиграфического оборудования.

Роль: заместитель директора по коммерческой части российского комбината

Ваши задачи на переговорах состоят в следующем:

1) подготовить небольшую вступительную речь (2–3 мин);

2) охарактеризовать вашу долю в уставном капитале совместного предприятия;

3) обсудить ваш процент прибыли, которую будет получать предприятие.

Роль: заместитель директора по производству и персоналу российского комбината

В ваши задачи на переговорах входит:

1) подготовить вступительную речь о состоянии производственных фондов и персонала – 2–3 мин (вы должны объяснить, почему заинтересованы в партнерстве с немецкой компанией);

2) сообщить, на чем будет основано ваше сотрудничество (например, получение лицензии на выпуск оборудования, поставка вам комплектующих деталей из Германии или же производство их в России, предоставление современного оборудования и т. д.);

3) огласить ваши предложения по поводу рабочих в совместном предприятии (доля российских и немецких работников, возможность стажировки российских специалистов в Германии, так как работники будут осваивать новые машины, и т. д.);

4) рассказать об аппарате управления предполагаемого сов- местного предприятия (кто будет участвовать в управлении и в каком соотношении – можно в процентах).

Группа № 2. Проведение делового совещания на тему «Миссия фирмы и назначение специального фонда»

Цель совещания – прийти к общему мнению по обсуждаемым вопросам.

Ваша цель как игроков – максимально раскрыть и проявить свои способности к проведению совещаний. Совещание проводится в два этапа. Сначала все высказывают свои предложения по первому вопросу, происходит обсуждение, выбор лучшего предложения. Далее начинается обсуждение второго вопроса.

Роль: директор

Вы являетесь директором новой типографии. Вам необходимо сформулировать миссию фирмы и решить, в каком соотношении (%) будут тратиться средства специального фонда. Для этого вы собираетесь провести совещание, на которое будут вынесены следующие вопросы:

1) формулировка миссии организации;

2) долевой состав специального фонда (%):

– на социальные нужды; – маркетинговые исследования;

– выставки, презентации, рекламные кампании;

– различные материальные поощрения.

Вы должны внимательно выслушать предложения всех сотрудников, затем можете высказать свою точку зрения по данному во- просу, а дальше начинать обсуждение. Внося свои предложения, не следует давить на подчиненных.

На совещание отводится до 30 мин, поэтому вам необходимо заранее продумать, сколько времени вы можете отдать на обсуждение каждого вопроса. Учтите, что второй вопрос емкий и его обсуждение, скорее всего, займет больше времени.

В ваши обязанности входит следить за дисциплиной на совещании. От вас во многом зависит, как пройдет совещание, на вас возлагается большая ответственность. Не рекомендуется допускать па- узы во время совещания: оно должно быть оперативным. Необходимо направлять своих подчиненных на достижение компромисса по спорным вопросам. Если обсуждение зашло в тупик, а время, отведенное на этот вопрос, заканчивается, вы можете прибегнуть к голосованию и таким образом выбрать лучший вариант.

По окончании совещания вы должны подвести итог и сообщить о принятых решениях.

Роль: сотрудник (5 экз.)

Вы только что устроились на работу в новую перспективную типографию, построенную и оборудованную по мировым стандартам. Вы давно о таком мечтали, поэтому стараетесь как можно лучше выполнять поручаемые задания, хотите зарекомендовать себя перед сослуживцами и руководством в качестве перспективного и незаменимого сотрудника. Вам предоставляется отличный шанс: фирме необходимо сформулировать миссию, распределить средства специального фонда, в связи с чем будет проведено совещание. Вам предложили в нем участвовать, и это хорошая возможность проявить себя.

Вам следует тщательно подготовиться к совещанию: составить доклад, продумать аргументацию предложений.

Доклад должен содержать:

1) формулировку миссии организации;

2) долевой состав специального фонда (%):

– на социальные нужды;

– маркетинговые исследования;

– выставки, презентации, рекламные кампании;

– различные материальные поощрения.

Если на совещании будет выбрано ваше предложение хотя бы по одному вопросу – это большой плюс для вас. Поэтому вы должны тщательно подготовиться и во время совещания активно отстаивать свою точку зрения.

В ваших интересах не разговаривать с другими членами группы во время подготовки к совещанию, так как они могут воспользоваться вашими идеями, а вы получите штрафной балл. Совещание будет проводить директор, но это не значит, что вы во всем должны с ним соглашаться. Если вы считаете свою точку зрения правильной, вы должны ее доказывать, но логично и аргументировано.

Список вопросов к зачету по дисциплине «Основы деловой коммуникации»

Зачет является формой аттестации по дисциплине. В ходе зачета студенту необходимо ответить на два вопроса. Первый из которых позволяет оценить уровень освоения компетенции ОПК-4, , второй - ОПК-4.

ОПК-4

1. Понятие: общение, деловое общение, различие между ними.
2. Назначение делового общения.
3. Функции делового общения.
4. Содержание делового общения.
5. Структура делового общения.
6. Формы делового общения, их понятия.
7. Вербальное деловое общение.
8. Невербальная коммуникация.
9. Виды рукопожатий и их значение в деловом общении.
10. Психологические типы собеседников.
11. Понятие, функции, этапы деловой беседы.
12. Осуществление подготовительных мероприятий ведения беседы.
13. Этап «начало беседы».
14. Этап «завершение беседы».
15. Деловые переговоры: понятие, этапы ведения.
16. Подготовительный этап переговоров.
17. Порядок ведения переговорного процесса.
18. Методы ведения переговоров.
19. Тактика ведения переговоров.

20. Приветствие и представление в деловой жизни.
21. Организация приема посетителей.
22. Виды официальных приемов в полуофициальной обстановке и их значение.
23. Этика поведения за столом во время деловых приемов.
24. Правила ведения телефонного разговора.
25. Сущность документирования управленческой деятельности.
26. Виды деловых писем и их оформление.
27. Содержание, цели, средства и функции коммуникаций
28. Сущность деловых коммуникаций
29. Значение деловых коммуникаций в управлении организацией
30. Виды и типы коммуникаций в организации.
31. Основные элементы процесса деловых коммуникаций.
32. Основные этапы процесса коммуникации.
33. Коммуникационные барьеры.
34. Формы деловых коммуникаций.
35. Написание писем с положительными и нейтральными новостями.
36. Написание писем с отрицательными новостями.
37. Убеждающие письма.
38. Служебная записка.

ОПК-4

1. Написание резюме
2. Основные этапы работы с документами.
3. Этикет устных распоряжений
4. Правила критики сотрудника.

5. Комплимент в деловой коммуникации.
6. Особенности этикета в международных переговорах.
7. Невербальные коммуникации: понятие и роль во взаимодействии с деловыми партнерами.
8. Невербальные коммуникации: выражение лица.
9. Кинесика в коммуникации.
10. Интонация и громкость голоса в процессе коммуникации.
11. Проксемика в коммуникации.
12. Факторы, влияющие на эффективность коммуникаций
13. Способы обеспечения эффективной коммуникации.
14. Современные технические средства и информационные технологии в решении коммуникативных задач.
15. Классификация факторов, влияющих на эффективность коммуникаций
16. Речь менеджера
17. Диалог. Дискуссия. Брифинг.
18. Методы проведения совещаний.
19. Проведение собеседований при приеме на работу.
20. Презентация товаров (услуг).
21. Самопрезентация.
22. Этикет делового человека.
23. Совершенствование искусства общения.
24. Способы обеспечения эффективной коммуникации. Коммуникационные сети.
25. Нормы и принципы общения сверху - вниз (руководитель-подчиненный).
26. Нормы и принципы общения снизу-вверх (подчиненный-руководитель).
27. Нормы и принципы общения по горизонтали (сотрудник-сотрудник).
28. Имидж делового человека: понятие, приоритетные качества.
29. Требования к одежде и внешнему виду делового мужчины.
30. Требования к одежде и внешнему виду деловой женщины.
31. Типология личности и деловое общение.
32. Психофизиологические основы общения.
33. Три типа модальности: визуальная, аудиальная, кинестетическая.
34. Состояние личности в коммуникации.
35. Механизмы воздействия в процессе делового общения.
36. Слушание в деловой коммуникации. Виды слушания.
37. Техники общения в случае конфликта.
38. Методы совершенствования искусства общения

Приложение 2
к рабочей программе

Перечень оценочных средств по дисциплине
«Основы деловой коммуникации»

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Деловая и/или ролевая игра (ДИ)	Совместная деятельность группы обучающихся и педагогического работника под управлением педагогического работ-	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой
2.	Кейс-задача (К-З)	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально- ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
3.	Доклад, сообщение (ДС)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
4.	Устный опрос собеседование, (УО)	Средство контроля, организованное как специальная беседа педагогического работника с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
5.	Тест (Т)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

Приложение 3.

Структура и содержание дисциплины «Основы деловой коммуникации»
по направлению подготовки 18.05.01. "Химическая технология энергонасыщенных материалов и изделий" (Специалист) очная форма

№ n/n	Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации	
				Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	К.Р.	К.П.	РГР	Доклад Презентация	К/р	Э	З
1.	Тема 1. Методологические основы и понятийный аппарат курса	6	1-2		2		3								
2.	Тема 2. Основные принципы этики и характер деловой коммуникации.	6	3-4		2		3								
3.	Тема 3 Этика и развитие деловой культуры управления персоналом в организации	6	5-6		2		4								
4.	Тема 4. Многомерность личности делового партнера**.**	6	7-8		2		4								
5.	Тема 5. Речевая коммуникация: понятие, формы и типы	6	9		1		4								
6.	Тема 6. Невербальные аспекты деловой коммуникации в организациях.	6	10		1		4								
7.	Тема 7. Деловое общение по телефону	6	11		1		4								
8.	Тема 8. Письменная форма коммуникации и деловая переписка в организациях	6	12		1		4								
9.	Тема 9. Конфликтные ситуации в деловом общении и пути их разрешения	6	13		1		4								
10.	Тема 10. Деловые беседы и деловые совещания в структуре современного делового взаимодействия.	6	14		1		4								
11.	Тема 11. Деловые переговоры: подготовка и проведение	6	15		1		4								
12.	Тема 12. Психологические аспекты деловой коммуникации при переговорах	6	16		1		3								
13.	Тема 13**.** Особенности деловой коммуникации на выставках и ярмарках	6	17		1		4								
14.	Тема 14**.** Деловая коммуникация и имидж организации.	6	18		1		3								
	Форма аттестации														+
	Всего часов по дисциплине				**18**		**54**					+/+	+		+