

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Мурманский арктический государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «МАГУ»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.2.2 Деловые коммуникации**

---

(шифр дисциплины и название в строгом соответствии  
с федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом)

**образовательной программы  
по направлению подготовки бакалавриата**

**38.03.01 «Экономика»  
профиль «Финансы и кредит»**

---

(код и наименование направления подготовки  
с указанием профиля (наименования магистерской программы))

**очная**

---

форма обучения

**Составитель(и):**  
Евстафьева О.А., к.э.н.,  
доцент кафедры экономики и  
управления, социологии и  
юриспруденции

Утверждено на заседании Ученого совета  
университета  
Протокол № 9 от 18.05.2016 г.

## 1. Цели и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** - формирование у будущих специалистов системы базовых знаний и навыков для построения эффективных деловых коммуникаций как основы управленческой деятельности.

### **Задачи дисциплины:**

- теоретическое освоение студентами коммуникационных процессов у управления;
- улучшение навыков позитивного общения на основе взаимопонимания, преодоления коммуникативных барьеров, личного влияния;
- изучение теории и практики ведения деловых переговоров, их организации и подготовки (в том числе с зарубежными партнерами);
- освоение психологии делового общения, тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;
- теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения деловых совещаний, официальных приемов, брифингов, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации;
- рассмотрение вопросов делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов делового общения.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Деловые коммуникации» входит в вариативную часть блока дисциплин, является дисциплиной по выбору.

Дисциплина «Деловые коммуникации» базируется на знаниях, полученных в рамках изучения дисциплин «Психология», «Основы делопроизводства».

Знания, полученные в процессе обучения, потребуются в последствие для изучения профессиональных дисциплин.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения содержания дисциплины «Деловые коммуникации» выпускник должен обладать следующими компетенциями:

<b>ОК-5</b>	<b>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</b>
<b>ПСК-2ф</b>	<b>способностью консультирования клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг</b>

В результате освоения содержания дисциплины «Деловые коммуникации» студент должен:

**знать:**

- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;

**уметь:**

- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

**владеть:**

- навыками деловых коммуникаций.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### 4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестры	
		1	2
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>30</b>		
В том числе:			
Лекции	14		14
Семинары	16		16
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>42</b>		<b>42</b>
В том числе:			
Работа с литературой, подготовка к семинарскому занятию, выполнение тренировочных тестов, подготовка домашнего задания, подготовка к коллоквиуму.	42		42
<b>Вид промежуточной аттестации</b>			<b>зачет</b>
<b>Общая трудоемкость часы</b>	<b>72</b>		<b>72</b>
<b>Зачетные единицы</b>	<b>2</b>		<b>2</b>

##### 4.1. Разделы дисциплины и виды занятий (в часах). Примерное распределение учебного времени

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц 72 часов.

### *Очная форма обучения*

№ п/п	Раздел дисциплины	семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости.  Форма промежуточной аттестации ( <i>по семестрам</i> )
				Общая тру- доем- кость	Л	ПР/ СМ	Сам. раб	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Понятие, сущность и структура коммуникации	3	1-2	14	2,5	3,5	8	Доклад, реферат, опрос, тесты.
2.	Перцепция и интеракция в структуре деловой коммуникации	3	3-4	14	2,5	3,5	8	Доклад, реферат, опрос, тесты.
3.	Самопрезентация	3	5	8	0,5	1,5	6	Доклад, реферат, опрос, тесты.
4.	Стили, модели и формы делового общения	3	6-7	16	4	1,5	6	Доклад, реферат, опрос, тесты.
5.	Манипулирование в деловом общении. Способы воздействия на личность	3	8-9	10	1,5	2,5	6	Доклад, реферат, опрос, тесты.
6.	Командообразование. Навыки работы в команде.	3	10	8	0,5	2,5	5	Доклад, реферат, опрос, тесты.
7.	Спор, дискуссия, полемика в деловом общении	3	11	8	0,5	2,5	5	Доклад, реферат, опрос, тесты.
8.	Конфликты в организации	3	12-13	12	2	4	6	Доклад, реферат, опрос, тесты.
9.	Имидж организации	3	14-15	14	2	0,5	6	Доклад, реферат, опрос, тесты.
	Итоговое тестирование (зачет)	3	16	4	0	0	4	
				108	16	16	42	

#### 4.2. Содержание разделов дисциплины

##### *Тема 1. Понятие, сущность и структура коммуникации.*

Понятие общения. Общение и коммуникация. Структура коммуникации. Каналы коммуникации, коммуникационные барьеры. Вербальные и невербальные средства коммуникации. Классификация коммуникаций.

##### *Тема 2. Перцепция и интеракция в структуре деловой коммуникации.*

Понятие перцепции и интеракции. Факторы, влияющие на восприятие и понимание других людей (социальные роли, социальные стереотипы, самооценка, тип восприятия и т.д.). Психологические механизмы межличностного восприятия и понимания (процессы идентификации, эмпатии, рефлексии, аттракции, каузальной атрибуции). Виды воздействия на личность.

##### *Тема 3. Самопрезентация.*

Основные принципы самопрезентации. Природная и искусственная самопрезентация. Этапы подготовки самопрезентации: исследование аудитории, планирование, подготовка и проведение самой презентации. Собеседование, как форма самопрезентации.

***Тема 4. Стили, модели и формы делового общения.***

Познавательное, убеждающее, экспрессивное, суггестивное, ритуальное общение. Взаимосвязь делового общения и стиля руководства. Основные формы делового общения: деловая беседа, совещание, деловые переговоры, пресс-конференция. Подготовительные мероприятия к переговорному процессу. Порядок проведения переговорного процесса. Техника и тактика ведения деловых встреч и переговоров. Стили ведения переговоров. Подготовка к проведению и процесс делового совещания. Выбор стиля проведения совещания.

***Тема 5. Манипулирование в деловом общении. Способы воздействия на личность.***

Способы влияния на партнера в процессе общения. Типы манипуляторов и актуализаторов. Манипуляции и защита от них в деловом взаимодействии.

***Тема 6. Командообразование. Навыки работы в команде.***

Общее представление о группах и командах. Типы команд в организации. Создание команды и распределение ролей. Развитие навыков работы в команде.

***Тема 7. Спор, дискуссия, полемика в деловом общении.***

Спор, дискуссия, полемика, прения, дебаты, диспут: общее и различное в данных формах общения. Культура дискуссии, требования к поведению полемистов. Полемические приемы.

***Тема 8. Конфликты в организации.***

Конфликты в деловых отношениях, их причины и разновидности. Основные понятия конфликтологии. Структура конфликта. Динамика конфликта. Стили поведения в конфликтных ситуациях: уклонение, приспособление, компромисс, соперничество, сотрудничество (сетка Томаса-Килмена). Предупреждение конфликтов.

***Тема 9. Имидж организации.***

Понятие и структура имиджа организации. Этапы формирования имиджа организации. Понятие организационной культуры, ее типология. Влияние организационной структуры предприятия на характер деловых отношений. Firmenный стиль (корпоративный дизайн): понятие, функции, основные элементы. Организация связей с общественностью

## **5. Образовательные технологии**

В процессе изучения дисциплины «Деловые коммуникации» используются следующие методы обучения и формы организации занятий:

- лекции (с использованием мультимедийного проектора, что позволяет увеличить уровень наглядности учебного материала);
- семинары, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- обсуждение подготовленных студентом эссе, рефератов;
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа студентов, которая включает освоение теоретического материала, подготовку к семинарским занятиям, выполнение указанных выше письменных работ.

При реализации программы «Деловые коммуникации» используются следующие образовательные технологии:

- ролевые игры;
- разбор конкретных ситуаций как для иллюстрации той или иной модели поведения, так и в целях выработки навыков делового общения;
- внеаудиторная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка рефератов и эссе, а также тезисов для студенческих конференций и т.д.).

Выбор формы проведения интерактивных занятий осуществляется преподавателем и может включать: деловые игры, разбор конкретных ситуаций (задачи, кейсы), «круглые столы», групповые дискуссии, заслушивание и обсуждение подготовленных студентами докладов.

#### Тематика занятий с использованием интерактивных форм

№ п/п	Тема	Интерактивная форма	Часы, отводимые на интерактивные формы		
			лекции	практические занятия	
				очная форма обучения	заочная форма обучения
1.	Тема 3. Самопрезентация	Ролевая игра, разбор конкретных ситуаций.	-	4	1
2.	Тема 4. Стили, модели и формы делового общения	Ролевая игра, разбор конкретных ситуаций, групповая дискуссия.	-	4	2
3.	Тема 5. Манипулирование в деловом общении. Способы воздействия на личность	Ролевая игра, разбор конкретных ситуаций, групповая дискуссия.	-	4	1
4.	Тема 8. Конфликты в организации	Ролевая игра, разбор конкретных ситуаций, групповая дискуссия.	-	4	2
	ИТОГО		-	16	6

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

**6.1. Методические указания для студентов  
Содержание самостоятельной работы**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Форма самостоятельной работы (вопросы для самостоятельного изучения)	Кол-во часов	Форма контроля выполнения
1	2	3	4	5
1.	Понятие, сущность и структура коммуникации	Процесс коммуникации и его составляющие. Коммуникативные барьеры в ситуациях делового общения. Кинесика и проксемика в деловом общении. Комплименты в деловом общении: искусство говорить и принимать. Критика в деловом общении, критикующий прием «Lege Artis». Типичные ошибки в деловом общении.	8	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов.</i>
2.	Перцепция и интеракция в структуре деловой коммуникации	Типы восприятия. Проблема точности межличностного восприятия в процессе делового общения. Стили и формы взаимодействий. Типы взаимодействий: кооперация, конкуренция. Техника формирования аттракции.	8	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов.</i>
3.	Самопрезентация	Модель первого дня на новой работе: требования к языку, поведению, общению. Собеседование: идеальная модель делового общения. Эффективная форма резюме с соблюдением принципов делового общения.	6	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов. Тестирование по темам 1-3.</i>

1	2	3	4	5
4.	Стили, модели и формы делового общения	Телефонный разговор как разновидность деловой беседы, его особенности и отличия по ведению. Психологический климат во время переговоров. Переговоры как средство разрешения конфликтов. Письменные формы деловых взаимодействий. Национальные особенности проведения переговоров. Техника постановки вопросов и ответов. Коммуникация в Интернет, типовое электронное письмо.	6	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов.</i>
5.	Манипулирование в деловом общении. Способы воздействия на личность	Манипулирование массовым сознанием с помощью СМИ. Манипулятивные роли по Эрику Берну и категории Вирджинии Сатир	6	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов.</i>
6.	Командообразование. Навыки работы в команде.	Различные подходы к формированию команд. Формирование команды по технологии SNED. Групповые эффекты в компаниях. Мозговой штурм: история, мифы, правила.	5	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов. Тестирование по темам 4-6.</i>
7.	Спор, дискуссия, полемика в деловом общении	Деловая полемика, правила ее проведения. Культура делового спора. Техника постановки вопросов и ответов в деловом общении. Полемические навыки.	5	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов.</i>
8.	Конфликты в организации	Компромисс, нахождение принципиально нового решения, асимметричные решения. Стресс и способы его преодоления. Внутриличностный конфликт: виды, причины возникновения, последствия. Идентификация лжи (признаки обмана).	6	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов.</i>



1	2	3	4	5
9.	Имидж организации	История возникновения организационной культуры. Типология организационных культур Ч. Хэнди, К. Камерона и Р. Куинна, Дила и А. Кеннеди и т.д. Способы диагностики организационной культуры. Имидж делового человека. Основные правила делового этикета.	8	<i>Устный опрос; доклады по заявленной теме, проверка конспектов и рефератов. Тестирование по темам 7-9.</i>

## Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

### 6.2. Оценочные средства

#### Структура тестовой базы по дисциплине

Тестовая база содержит 135 вопросов, структурированных по темам лекционного материала. Текущее тестирование может проводиться по окончании изучения каждой темы. Итоговое тестирование (зачет) включает тестовые задания по всему изученному курсу.

Примеры тестовых заданий:

**1. Реципиент - это:**

- а) отправитель информации;
- б) получатель информации;
- в) синоним термина «манипулятор».

**2. Коммуниканты - это**

- а) участники коммуникационного процесса (отправитель и получатель);
- б) сотрудники предприятия;
- в) руководители предприятия.

**3. Помехи, которые искажают смысл передаваемой информации, являются:**

- а) коммуникационными барьерами;
- б) коммуникационными каналами;
- в) кодами коммуникации.

**4. Средство передачи информации - это**

- а) канал коммуникации;
- б) барьер коммуникации;
- в) код коммуникации.

**5. Семантические барьеры коммуникации - это:**

- а) неправильное или неоднозначное толкование смысла слов;
- б) технические помехи (шум, плохая слышимость и т.д.);
- в) неумение и нежелание слушать.

**6. Термин «эмпатия» обозначает:**

- а) осознание человеком того, как он воспринимается партнером по общению;
- б) рациональный процесс погружения индивидом себя на место партнера;
- в) эмоциональный отклик на ситуацию партнера, внерациональное, чувственное понимание.

**7. Интерпретация поведения партнера путем выдвижения предположений о его намерениях, причинах поведения, качествах личности с последующим их приписыванием партнеру называется:**

- а) эмпатия;
- б) перцепцией;
- в) казуальная атрибуция;
- г) рефлексия.

**8. Идентификация, как процесс межличностного восприятия, представляет собой:**

- а) восприятие, понимание и оценку людьми социальных объектов;
- б) интерпретацию, объяснение причин и мотивов поведения других людей;
- в) рациональный процесс погружения индивидом себя на место партнера;
- г) осознание человеком того, как он воспринимается партнером по общению.

**9. Пресс-конференция - это:**

- а) форма деловой коммуникации, подразумевающая совместное коллективное обсуждение какой-либо значимой проблемы;
- б) мероприятие для СМИ, направленное на информационную и рекламную поддержку имиджа организации;
- в) коллективное обсуждение нравственных, политических, научных и других проблем.

**10. Пресс-релиз - это:**

- а) общение со средствами массовой информации;
- б) мероприятие для СМИ, направленное на информационную и рекламную поддержку имиджа организации;
- в) краткое сообщение для прессы о проводимом мероприятии.

**Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Процесс коммуникации и его составляющие. Функции и виды коммуникации. Средства коммуникации.
2. Вербальные и невербальные составляющие деловой коммуникации.
3. Виды невербальной коммуникации и их характеристика.
4. Коммуникативные ошибки в деловом общении и способы их предупреждения.
5. Перцептивный процесс делового общения.
6. Интерактивный процесс делового общения.
7. Психологические механизмы межличностного восприятия и понимания.
8. Самопрезентация: искусство подать себя.
9. Деловая беседа, как форма коммуникации.
10. Деловые переговоры, как форма коммуникации. Стили деловых переговоров.
11. Познавательное, убеждающее, экспрессивное, суггестивное, ритуальное общение.
12. Стили руководства и их влияние на организационный климат.
13. Деловое совещание: виды, стиль поведения руководителя.
14. Деловые переговоры: виды, подготовка, проведение.
15. Правила деловой переписки.
16. Правила ведения телефонных переговоров.

17. Коммуникация в Интернет. Типовое электронное письмо.
18. Командообразование: типы команд в организации.
19. Спор, дискуссия, полемика в деловом общении.
20. Манипуляции в деловых коммуникациях.
21. Конфликты и конфликтные ситуации. Стили поведения в конфликте.
22. Имидж делового человека и секреты успешной коммуникации.
23. Имидж организации: понятие, структура, формирование.
24. Организационная культура: понятие и типология.
25. Фирменный стиль (корпоративный дизайн): понятие, функции, основные элементы.

### **Примерная тематика докладов, рефератов**

1. Основные модели деловых коммуникаций.
2. Этика и этикет деловой коммуникации.
3. Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации.
4. Специфика деловой коммуникации в различных культурах.
5. Специфика деловых переговоров с представителями Запада (США, Страны Европы).
6. Специфика деловых переговоров с представителями Стран Востока.
7. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры делового общения.
8. Виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления.
9. Развитие и роль телекоммуникационных систем для деловых коммуникаций.  
Особенности деловой коммуникации в социальных сетях.
10. Вербальные и невербальные средства и их функция в деловой коммуникации.
11. Значение невербальной стороны коммуникации в межкультурных деловых коммуникациях.
12. Специфика телефонных переговоров.
13. Ведение профессионального диалога с клиентом по телефону.
14. Запрещенные приемы в переговорах.
15. Манипуляции, применяемые в деловых переговорах.
16. Техники убеждения в переговорах.
17. Виды и способы презентации. Техника успешных презентаций. Основные ошибки при проведении презентаций.
18. Гендерные тенденции в деловых коммуникациях.
19. Имидж деловой женщины.
20. Имидж делового мужчины.

### **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### Основная литература:

1. Деловое общение. деловой этикет: учеб. пос. / сост. И.Н. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008
2. Мирошниченко, А.А. Деловое общение. Практическое руководство для менеджера: электрон. учебник. - 2-е изд. - М.: Книжный мир, 2011. - 1 электрон. опт диск (CD)
3. Титова, Л.Г. Деловое общение: учеб.пос. - М.: Юнити-Дана, 2008

Дополнительная литература:

4. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации. Учебное пособие. – Питер, 2011. -288с.
5. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация [Текст] : учеб. для вузов / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина .- 2-е изд., перераб. и доп. -М. : ИНФРА-М, 2009. - 272 с. - (Высшее образование). - Словарь : с. 248-268. - Библиогр.: с. 269-270. - ISBN 978-5-16-002657-2.
6. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Текст] : учеб. пособие для вузов / Е. Л. Головлева . - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 252 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 209-214. - Прил.: с. 215-246 . - ISBN 978-5-222-12832-9.
7. Дубровин, И. А. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. для студентов вузов / И. А. Дубровин . - М. : Дашков и К, 2009. - 578 с. : ил.. - Библиогр.: с. 574-577. - ISBN 978-5-91131-708-9.
8. Иванова, К. А. Копирайтинг [Текст] : секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова .- 2-е изд. - СПб. : Питер, 2009. - 158 с. - Библиогр.: с. 156-157. - ISBN 978-5-469-01108-8.
9. Кошечкина И.П., Канке А.А. Профессиональная этика и психология делового общения. – Форум, Инфра-М, 2011. – 304с.
10. Мирошниченко А. Бизнес - коммуникации. Мастерство делового общения. – Книжный мир, 2008. – 384 с.
11. Садохин, А. П. Введение в межкультурную коммуникацию [Текст] : учеб. пособие / А. П. Садохин.- 2-е изд., стер. - М. : Омега - Л, 2010. - 190 с. - (Библиотека высшей школы). - Библиогр.: с. 188-189. - ISBN 978-5-370-01722-3.
12. Тебекин, А. В. Менеджмент организации [Текст] : учеб. для экон. вузов / А. В. Тебекин, Б. С. Касаев .- 3-е изд., перераб. и доп. -М. : КноРус, 2008. - 408 с. : ил.. - Библиогр.: с. 405-408. - ISBN 978-5-390-00462-3.
13. Ульяновский, А. В. Маркетинговые коммуникации [Текст] : 28 инструментов миллениума с учетом новейших тенденций, диктуемых современным рынком / А. В. Ульяновский. - М. : Эксмо, 2008. - 426 с. - (Прицельный маркетинг). - Примеч.: с. 413-426 - ISBN 978-5-699-26433-9.
14. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации [Текст] : моногр. / Е. Н. Малюга .- 2-е изд., доп. - М. : Книжный дом 'ЛИБРОКОМ', 2008. - 314 с. - Библиогр.: с. 278-314. - ISBN 978-5-397-00075-8.
15. Янкина, Н. В. Введение в теорию и практику межкультурной коммуникации [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. В. Янкина. - Оренбург : ОГУ, 2006. - 317 с - ISBN 5-7410-0521-1.

Интернет-ресурсы

16. Вопросы психологии. Электронный журнал <http://www.voppsy.ru/>

17. Всемирная виртуальная библиотека [www.vlib.org](http://www.vlib.org)
18. Деловой мир: деловая социальная сеть <http://delovoymir.biz/>
19. Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
20. Энциклопедия практической психологии <http://www.psychologos.ru/>

#### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Для проведения лекционных и семинарских занятий требуется учебная аудитория, оборудованная мультимедийным проектором с экраном.